

T
992

 XOCHIMILCO SERVICIOS DE INFORMACIÓN
ARCHIVO HISTÓRICO

83638

3438

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES

**DISCURSOS DE AGRICULTORES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS
EN MÉXICO TRANSMITIDOS A TRAVÉS DE PÁGINAS DE INTERNET**

Elizabeth Bautista Flores

TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES

CON ESPECIALIDAD EN:

COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

México, D.F., agosto de 2008

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

DOCTORADO EN CIENCIAS SOCIALES

**DISCURSOS DE AGRICULTORES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS
EN MÉXICO TRANSMITIDOS A TRAVÉS DE PÁGINAS DE INTERNET**

Elizabeth Bautista Flores

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN CIENCIAS SOCIALES**

**CON ESPECIALIDAD EN:
COMUNICACIÓN Y POLÍTICA**

Asesor

DR. RAYMUNDO MIER GARZA

México, D.F., agosto de 2008

A quienes se cruzaron
en este trayecto:
A quienes ya no veré
A quienes me enseñaron
A quienes compartieron.
A quienes aún permanecen

Todo viaje comienza con un sueño.
En ese viaje andamos y andamos
Errantes... a veces solos... con la esperanza
de encontrar "algo", mas lo único que hallamos
es nuestro interior.

A mi padre Francisco:

Tus palabras resuenan claras,
Cuando creo perder el rumbo,
tu silencio
me tranquiliza...

Así decidimos hacia dónde continuar.

A mi madre Gregoria Josefina:

por esa paciencia y amor que me ha mostrado
Cada vez que le hablo de mis sueños...
Tu complicidad
me da fuerza para seguir disfrutando de
mi vida.

A mis hermanos,

Rosa María, Catalina, Ernesto, Daniel,
Patricia, Francisco y Edith.

personajes únicos sin los que sería imposible entenderme. Espejos fieles e incansables
en los que me miro sin miedo, pues sé que de ustedes puedo obtener lo mejor de mí.

Agradezco la hermandad basada en el respeto, el amor, la sinceridad e incluso
incondicionalidad para seguir unidos ante tanta diferencia. No los elegí, pero
comprendo que su existencia me hace lo que soy y me permite esta alegría de decir –
con orgullo-- que son mi familia.

Conmigo estarán, siempre.

A mis otros hermanos,

David, Felipe, Leticia, Silvia, Hugo, Rosalinda

aunque tampoco los elegí, también sé que son parte importante de mi vida.

Tan sólo por compartir conmigo:

Gracias.

A mis sobrinos:

Israel, David, Laura, P'nina, Cecilia, Arely, Jorge,
Jimena, Rodrigo, Karla y Natalia.

Por regalarme sus palabras e incluirme en sus experiencias.

AGRADECIMIENTOS

Decir gracias es complicado, no propiamente por lo que guarda la palabra en sus sentidos de humildad y reconocimiento al otro, definitivamente se dice con agrado; pero en el caso del presente trabajo, la palabra GRACIAS debe darse a un sin número de personas que participaron en la elaboración de este estudio y a quienes, lamentablemente, me es imposible nombrar.

En este proceso de agradecer es preciso que, al mirar atrás, pueda recordar aquellos rostros, nombres, lugares y situaciones que de una u otra forma permitieron avanzar y definir el “objeto” de estudio. Definitivamente, empresa nada fácil cuando el primer obstáculo estaba conmigo misma.

Ahora puedo recordar con mayor alegría cómo en las primeras sesiones del Doctorado en Ciencias Sociales fue preciso *re-ordenar* para comenzar a aprender y mirar desde otra perspectiva la formulación del problema con el que ingresé al programa. Cada uno de los profesores que estuvieron al pendiente de mi trabajo hicieron duros cuestionamientos e incansables interrogantes sobre la viabilidad de todo este esfuerzo, gracias a ello ahora existe el presente texto.

Es cierto, muchas ocasiones la negación o necesidad para aprender a ser diferente es una respuesta de auto-protección, pero sinceramente agradezco que me hayan expulsado de aquel *circulo de confort* para encontrarme en otras dimensiones de la realidad. Nada parecido a lo que uno se imagina desde un escritorio y con las comodidades básicas de las grandes ciudades, con todo lo que ello implica.

Así comenzaron los *baños de pueblo*, ejercicio y recorrido obligatorio si deseaba seguir con mi estudio: En la ciudad de Oaxaca fue donde se empezó a construir el rompecabezas. Las primeras piezas estaban sueltas y se carecía de una imagen que pudiera ayudar a ordenar. ¿Por dónde comenzar? Nada en aquel momento estaba claro. En todo caso fueron más los desencuentros e interrogaciones que los hallazgos y posibles respuestas.

Luego, con más calma y precisión, se llegó al Istmo de Tehuantepec, todo aquello que estaba en el ciberespacio, empezó a ser localizable, se ubicaron personas, se entablaron entrevistas y se dieron los primeros acercamientos con los productores de café. La red de personas con las que me encontré en cada recorrido, muy pronto se fortaleció. Se hizo amplia. Así terminé en Chiapas, y por supuesto, la visita obligada a San Cristóbal de las Casas y las zonas con presencia *zapatista*.

Fueron varios periodos los que se ocuparon para visitar directamente las zonas de interés. Así corroboré que el trabajo de campo tiene que ver con precisar el motivo del viaje, pues es como *buscar una joya y extraerla*.

He de mencionar que en cada una de las visitas fui distinta, no sólo por aquello que recuperaba para el estudio, sino porque tomé y me nutrí de otros espacios como la Universidad Intercultural del Estado de México (UIEM), la cual me acercó más directamente a otra realidad indígena. Muy diferente con la que había hecho contacto en el sur del país, pero igual de intensa y compleja en sus relaciones.

Vivir en San Felipe del Progreso, zona mazahua, en el norte del Estado de México, y convivir con comunidades otomíes, nahuas, matlatzincas, tlahuicas también me permitió vincularme con otros contextos sobre la problemática étnica; de esa manera pude mirar y hasta experimentar las relaciones socio-culturales que se guardan entre sí. A pesar de la riqueza que me brindó durante varios años, debí abandonar aquel proyecto educativo, a fin de concluir con mis propios objetivos. De cualquier manera también agradezco todo cuanto me brindaron, pues la experiencia —que guardo con orgullo— es difícil de olvidar. Gracias a todos ellos.

Por todo eso es preciso agradecer a la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco, por abrir sus puertas a mi persona, apoyar mis estudios y creer en el futuro de aquella idea que ya se puede expresar con mayor claridad, pero que sin duda, también estoy cierta que puede ser un punto nodal para desprender otras líneas de investigación; así también agradezco al personal docente por acercarme a las Ciencias Sociales con rigurosidad, disciplina y compromiso que se requiere.

Sin duda alguna al Dr. Raymundo Mier Garza, por su apoyo, su tiempo e infinita paciencia cuando hacía falta orden no sólo en mis palabras, sino también en mis ideas. Mi mayor reconocimiento a ti, Raymundo, por hacerme dialogar.

A la Dra. Cynthia Klingler Kaufman, por siempre mostrarme la parte divertida en cada una de las situaciones que, en ocasiones, consideramos tragedias. Esa determinación es también la que tomo como uno de mis principales principios para disfrutar cada uno de los días por venir. Abrazos para ti, por lo que pasaste y mantenerte en pie con una sonrisa.

A la Dra. Carmen Gómez-Mont Araiza por esas experiencias que se comparten no sólo a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, sino principalmente en el trabajo de campo y la vida en las comunidades de los pueblos indígenas de México. Así fue como nos encontramos, entre el campo y la comunidad; así fue como los caminos se cruzaron. Mucho agradezco las observaciones y en especial el recordarme que las máquinas no determinan; que el corazón y sentido crítico lo llevan los humanos y también pueden hacerse en colectivo.

A la Dra. Carmen de la Peza Casares por el acompañamiento en toda esta trayectoria académica, que es cierto—ahora lo comprendo—implica disciplina y dedicación. Enhorabuena por ese legado que se ha fortalecido en mí, por la pasión que se inyectó en cada una de los seminarios de tesis, pues continuamente me acuerdo de la planeación en cuanto a tiempo en relación a las actividades. Prometo siempre hacer cronograma.

A la Dra. Dolores Paris Pombo, quien con sus interrogantes amplió la perspectiva a este trabajo y me acercó a otros planteamientos más profundos que sin duda en lo futuro podrán rendir frutos.

A CONACyT, por el invaluable apoyo financiero para la realización de este trabajo y, en especial, por la confianza mostrada en aquella idea que al pasar de los años tomó forma y ahora es tangible y ya muestra su punto final.

A mis queridos amigos: Javier Enciso, por la paz que en él reina bajo los más finos consejos de la “serenidad y paciencia”, Jesús de la Fuente, mi abogado y defensor de aquellos fantasmas y demonios que intentaron aquejarme. Gracias por acabarlos y ayudarme a salir de esos hoyos negros.

A MIS COMPAÑEROS DE GENERACIÓN: Martín de la Cruz, mi *hermano* académico con quien crecí, compartí e ideé los más profundos “alucines”, siempre evitando los estereotipos y la alabanza fácil, así como disfruté de tu compañía en aquellas *evasiones contextuales* en las visitas semanales a ese oscuro ciclope que nos transportaba a mundos fantásticos. Mi compañero en muchos sentidos. A Guiomar, por esa rebeldía tan sana y fortaleza en la palabra. A Mario, por ese tesón y ejemplo para conseguir las metas. A Isabel, en las horas incontables de terapias y profundo sentido autocrítico. A Horacio y Eva con quienes pude crear fuertes lazos de amistad. Gracias por los consejos, las charlas y los momentos de alegría cuando concluíamos cada cuatrimestre... por esos días de bohemia donde nos sabíamos acompañados.

A mí querida Karla, la de Toluca, por siempre estar... sí, tan sólo por eso: por estar conmigo.

Salud, a tod@s.

DISCURSOS DE AGRICULTORES DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN MÉXICO TRANSMITIDOS A TRAVÉS DE PÁGINAS DE INTERNET

INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO I. LA CAFETICULTURA EN EL MARCO DE LA MUNDIALIZACIÓN	10
1. La producción del café en la mundialización	15
2. La distribución de los productores de café orgánico en México	38
3. Indígenas: la imagen política	40
4. El mapa de las comunidades cafetaleras	47
CAPÍTULO II. TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN Y SU APROPIACIÓN POR LAS COMUNIDADES INDÍGENAS CAFETALERAS	51
5. Algunas definiciones de las TIC	52
6. Internet en México: la actualidad política	67
7. Formas de apropiación y discursividad en las TIC	71
CAPÍTULO III. ¿COMUNIDADES VIRTUALES? INSERCIÓN DE LAS COMUNIDADES INDÍGENAS EN RED	73
8. Resistencia y estrategias de comunicación	74
9. El acercamiento a las comunidades de productores de café	86
10. Búsqueda, selección y conformación del cuerpo analítico	89
11. Las comunidades cafetaleras de producción orgánica	96
12. Modelo de análisis	109

CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADO DEL ANÁLISIS EN PÁGINAS ELECTRÓNICAS	117
13. Los productores de café orgánico en comunidad	117
14. Las <i>comunidades virtuales</i> en las páginas electrónicas	120
15. Posturas y miradas en logotipos	130
16. Construcción discursiva y vínculos en la red	136
 CAPÍTULO V. CONSIDERACIONES FINALES	 154
 BIBLIO-HEMEROGRAFÍA Y DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS	 174
 CUADROS Y ANEXOS	
▪ Acciones de las organizaciones de producción de café orgánico en México	185
▪ Descripción de páginas electrónicas de productores de café orgánico	203
▪ Red de organizaciones cafetaleras de producción orgánica en México	206
▪ Comercialización en la venta de café orgánico de México a nivel mundial	207
▪ Lista de cuadros utilizados	208

INTRODUCCIÓN

El objetivo primordial de la presente investigación es analizar las formas discursivas que miembros de comunidades cultivadoras de café orgánico —provenientes de diferentes regiones de la república mexicana— han expuesto en diferentes páginas electrónicas. Estas comunidades, por cuanto se manifiestan vía la red de Internet, pueden considerarse virtuales, ya que es por ellas que se rebasan límites espaciales (territorios) y temporales (construcciones discursivas), con base en la memoria de un colectivo social; además de que proporcionan una gran variedad de elementos político-económicos que dejan ver la forma en la cual se han vinculado con distintos organismos internacionales.

En este proceso de interacción es manifiesto el uso y apropiación de herramientas comunicativas que implican, a su vez, múltiples estrategias de comunicación y comercialización. De ahí que se hayan seleccionado once páginas electrónicas de pueblos indígenas de los estados de Chiapas, Puebla y Oaxaca, que cultivan el café con técnicas orgánicas y venden su producción en el extranjero, a partir del esquema económico de Comercio Justo.

En lo absoluto se pretende hacer una denuncia o bien apostar por la reivindicación ni del pasado indígena ni de las formas de vida o tradiciones folklóricas de esos pueblos; tampoco hay la intención de reseñar la historia de los movimientos agrarios de México. En el mejor de los casos, y de una manera sencilla, se busca invitar a la reflexión sobre las condiciones sociales, políticas y económicas que han permitido las continuidades, pero también transformaciones al interior de algunos pueblos étnicos.

Cabe advertir que las transformaciones efectuadas en la estructura social no son producto de la influencia directa de los medios de comunicación, sino de la conjunción de intereses, decisiones y formas de vida que evidencian también la gama enorme de usos y formas de apropiación de las Tecnologías de la Información y Comunicación

(TIC); cada colectivo o grupo social expresa una significación distinta y, por ende, tendrá una forma particular de integración a su cotidianidad.

De sobra conocidas son las múltiples perspectivas desde las que pueden analizarse los medios de comunicación. La metodología aquí utilizada se basa en una perspectiva estructuralista que, sin falsa modestia, se considera ayudará a comprender cómo se relacionan los elementos, acciones y prácticas de la sociedad con la presencia cada vez mayor de las TIC.

La organización de este trabajo estriba en cinco capítulos en los que se explica, discute y analizan los principales ejes que propiciaron la realización de todo este estudio. El primero de estos ejes es la *comunicación*, entendida como disciplina para visualizar con mirada crítica las TIC y sus múltiples usos en una sociedad dispar, heterogénea y pluri-étnica como lo es la mexicana. Esta será la base para llevar a cabo no tan sólo un rastreo socio-antropológico de las representaciones simbólicas que se incluyen en el discurso.

Además, desde la perspectiva de la *comunicación* puede acercarnos a entender un entramado político sobre *el ser indígena*, especialmente cuando desde el punto de la *discursividad* se logra identificar a un enunciador que habla en forma directa y de manera plural; al hablar en conjunto, estas personas se refieren a sí mismas como integrantes de una organización igualitaria. Interesante propuesta donde las *referencias* a sí mismos son dicotómicas y por un lado oscilan entre la novedad narrativa por asumir una actividad directa de participación y producción en su entorno económico y social, pues le permite entablar una negociación de su trabajo, a partir de la diferencia en el cultivo de café, ahí radica la efectividad comunicativa ahora con el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC); pero también por el otro, se recomponen por desde una perspectiva cultural que se conforma de valores y códigos de ética que limitan el ingreso y seleccionan a los integrantes para, de nueva cuenta, incluirlos en un conjunto en el que “todos participan”: *la comunidad*. Ello les permite evidenciar y validar procesos democráticos y de pluralidad étnica. Sin embargo, no

todos, son parte de ella y en ese sentido, las páginas electrónicas de las organizaciones de productores cafetaleros, que se seleccionaron en el análisis expresan, con claridad, cuáles son los requisitos para ser aceptados como sus miembros.

En principio podría entenderse que subyace una explícita forma de exclusión, pero esto es parte también de los límites en la flexibilidad de la autorepresentación: no se puede ser todo al mismo tiempo. En buena medida, con este engarce temporal se hace una referencia directa a la virtualidad, al presente de *lo que soy ahora*, aun cuando sea difuso en un futuro. Es preciso aclarar que también se deja de lado un posible debate sobre el tema de la identidad, debido a que en ella se introducirían elementos de mayor amplitud que puede extender y modificar el objetivo original del presente trabajo. tal es el caso de desviarse en la propuesta por tratar de definir qué es lo indígena, una discusión muy amplia y profunda, propia de los estudiosos en Antropología política. Por lo tanto, sólo se hará referencia a algunas obras de autores reconocidos que actualmente discuten y que aportan las herramientas suficientes para hacer el análisis de las páginas electrónicas seleccionadas.

Baste mencionar que el acuciante entrecruzarse de estas dos disciplinas, convirtió en absolutamente necesaria la revisión de fuentes antropológicas para entender, el cual parece invitar también a otra discusión mayor y que, en el contexto latinoamericano y particularmente en el de México, sería susceptible de ser abordado como trabajo de investigación. Una situación similar se experimentó al plantearse la cuestión: "qué es lo indígena" y "quién es indígena" lo que resulta, cada vez, más complejo y escurridizo. Actualmente, la problemática indígena ha sido llevada a los foros sobre la llamada interculturalidad como recurso de apelación para entender la diferencia, la diversidad y la pluralidad cultural, tema por lo demás complejo que encajaría mejor como objeto de estudio de la antropología cultural y que en el caso que nos ocupa desviaría la atención del objetivo principal.

Divagaciones aparte, la perspectiva desde la que se ha decidido desarrollar esta investigación es la propuesta por la comunicación con un enfoque centralizado en los

medios y poniendo un énfasis especial a las TIC, como la vía por la cual es penetrable y permeable la presencia de discursos que refieren a otras formas de comunidad indígena. Por ello se insiste en la necesidad de tender un entramado político que nos permita, por una parte, identificar quiénes son los creadores del discurso, qué elementos discursivos y simbólicos retoman para la argumentación del mismo, a quiénes compete el diseño de las estrategias de comunicación y, como dijera Arcndt (2005), a qué se dedican estos sujetos políticos y que, por la otra, nos deje intuir, al menos, las consecuencias -locales o mundiales- de la elaboración de esos discursos que circulan en la red de redes en ese esquema de mundialización en el que nos movemos.

La pregunta es, por consiguiente, qué papel desempeñan los discursos de los productores de café orgánico en un mundo en el que paradójicamente existen mayores diferencias económicas, pero de manera simultánea se hace evidente la mundialización. Resulta difícil no mirar esta relación y cuestionar el papel que el Estado desempeña en este momento o bien preguntarse hacia dónde se desplazarán cada uno: indígenas e instituciones civiles así como las del gobierno.

Un segundo eje es producción del café orgánico para cuyo estudio se recurrió, invariablemente, a fuentes biológicas y agrícolas, ya que se toca una parte comparativa entre la producción orgánica y la que hace uso de abonos químicos. La producción de cultivos orgánicos puede entenderse en el contexto de mundialización actual, pues hoy en día se la emplea no tan sólo para validar los discursos de las diferentes organizaciones que defienden el *policultivo*, como forma alterna de alimentación con integración al ambiente y procuradora de su cuidado, sino también para fortalecer actividades agrícolas como prácticas ancestrales de las culturas indígenas. Este es un interesante debate donde el tema de *la tierra* es la referencia para “dar vida” a mitos y situaciones que empiezan a nombrarse tradicionales; se experimenta con supuestas nuevas formas de comunicación (colores y diseños para marcar su identidad), pero que en el fondo son tan recientes como las TIC --más aún son parte de las propias TIC-- de las que se valen para proyectarse a espacios cada vez más amplios y diversos de

comercialización. En ese sentido bien vale traer a colación las nuevas formas de resistencia cimentadas con base en la resistemización de identidades surgidas de comunidades heterogéneas y asimétricas en México; lo que ha sido posible a partir de esa clara estrategia de invisibilidad que, no obstante tener al menos dos décadas de practicada, hasta ahora está haciendo evidente la forma de trabajo y organización por parte de todos los pueblos que se han involucrado a nivel nacional e internacional

El tercer eje en torno al cual gira esta investigación lo constituye el tema: *México en la mundialización*; aquí habremos de detenernos a analizar los efectos que en el país produce el estar bajo la influencia insoslayable de acatar y aplicar políticas internacionales en todos los niveles. Y habremos, asimismo de estudiar cuál es el impacto sufrido por el país -léase sus habitantes- en el que se insertan nuevas indicaciones tecnológicas y un empleo más depurado de los medios de comunicación como parte de todo ese entramado político-económico, conformado también como una amplia red que “todo lo invade”.

El entrelazarse de estos tres ejes fue paulatino y requirió, de toda la dedicación de su autora, quien durante este largo periodo debió dejar de lado algunas ideas, propuestas laborales, a fin de continuar y concluir este estudio que, en su primera parte, será expositivo y descriptivo, pues habrán de tenderse las líneas de abordaje para asentar con claridad la relevancia de cada uno de los ejes y exponer, de manera hipotética, los usos y apropiaciones de los que algunas “comunidades” se han valido para difundir su discurso bajo una mirada étnico-económico.

La estructura, por lo tanto, es la siguiente: El primer capítulo expone la problemática de la mundialización y sus principales efectos en países dependientes en lo referente a la gestión tecnológica, procesos de producción y políticas aplicadas a países periféricos como México; de esa forma se subraya la institucionalización internacional respecto de la aplicación de normas y estándares de calidad a las que se ven sometidos los productores de café a nivel mundial. De igual forma, advierte, asimismo, sobre la intervención de empresas transnacionales que buscan generar condiciones homogéneas

para un producto, sin considerar la heterogeneidad de circunstancias entre los países productores de café; la homologación en cuanto a las técnicas de producción es una propuesta procedente de la Organización Internacional del Café (OIC) y de la Organización Mundial de Comercio (OMC), entre otras. Dicha propuesta de homologación se ha extendido también a los productos ofertados, implicando de forma simultánea una estandarización del consumo (sabores, presentaciones, marcas), con lo que puede presumirse la misma invención de otro tipo de consumidor.

El marco económico permite dimensionar la problemática del café, pues, siendo éste el segundo producto natural de mayor venta, la situación económica que atraviesan los productores del grano en el mundo es contradictoria. Las alternativas para la producción de café orgánico en el mundo, lo mismo que en México, no son muy alentadoras; no obstante ser el principal productor con técnicas orgánicas, el país tampoco está exento de ver pobreza y rezago de indígenas que a ello se dedican. Se mencionarán, por ende, algunas estrategias de resistencia a ese modelo económico, así como el pronunciamiento de un discurso de protección al ambiente como formas de oposición a la violencia contra la naturaleza.

La problemática misma de la cafecultura y las complejidades que van surgiendo en su derredor son también una forma de resistencia a toda la estandarización impuesta por el exterior. Con el apoyo del trabajo colectivo es posible expresar diferencias, entender diversidades y entrecruzar experiencias: en ese sentido, vienen creciendo en número las comunidades en las que se refuerzan identidades que se hacen visibles, al tiempo que se aprovechan los elementos de promoción para divulgar sus prácticas, a través de los medios de comunicación.

Es justo señalar que en México existen comunidades agrícolas (no todas de origen indígena) con un elevado nivel de organización para promover la venta de productos orgánicos en el mundo. Si bien numerosas organizaciones comunitarias, conformadas por indígenas registran fuertes ingresos económicos, la perspectiva de este trabajo pone un énfasis especial en los ámbitos de la comunicación y de la política.

El interés hasta aquí manifiesto obedece al deseo de mostrar la convergencia disciplinaria (Sociología, Comunicación y Política), sin perder ni la esencia que las particulariza, ni el rigor que les es immanente a la comunicación. De ninguna manera se pretende atribuir mayor o menor valía a ninguna, pues a todas se concede el poder suficiente para ampliar la mirada social ante fenómenos más complejos y en cuyo transitar una sola disciplina, por sí misma, difícilmente podría aportar más luz que la de todas en su conjunto.

De esa manera el abordaje de nuestra temática se iniciará desde la comunicación y, dados el desarrollo y crecimiento de las TIC, se tomarán perspectivas teóricas que apuntalan un razonamiento crítico y de abierto apoyo a las tecnologías, con lo cual se abre también un debate sobre cuáles son las aportaciones y principales vínculos de esas herramientas a la humanidad

Además se aboca a describir las estrategias metodológicas de investigación (teóricas y de campo), en la construcción del modelo analítico utilizado en el presente estudio. Por ello, la panorámica que ofrece es más local y descriptiva, pues se basa principalmente en el trabajo de campo realizado desde 2004 a 2007, en las dos entidades seleccionadas: Chiapas y, Oaxaca. Aquí se evidenciará la forma en la que se apreció la apropiación de las TIC, por parte de los pueblos considerados marginados y/o vulnerables ubicados en el centro y sur del país.

En el segundo capítulo se propone la comunicación como la perspectiva más idónea para el objeto de estudio y se analiza la influencia que, al respecto, han tenido estudios y políticas provenientes de los Estados Unidos; se busca superar la idea simplista de una tecnologización, la intención es hacer ver cómo la tecnología, desde un punto de vista filosófico, puede explicar el devenir de la sociedad moderna. Pareciera, en efecto, que las identidades que se exhiben en las páginas electrónicas son sólo instantes de un presente que se recicla y necesita ser actualizado constantemente. En aras de precisión conceptual se buscó discutir el significado de: comunidad, identidad étnica y como parte del modelo de comunicación estructural, se añadió el concepto:

comunidad de práctica, que permitirá analizar a los integrantes a través de su interacción con los otros miembros del colectivo.

En el capítulo tercero se introducen los lineamientos conceptuales para la realización del análisis discursivo, con la mediación de las TIC y de las cualidades simbólicas con las cuales transitan; al tiempo que se identifican los elementos que servirán como categorías y unidades de análisis sobre las *comunidades virtuales* y sus estrategias de comunicación con base en un *corpus* de 11 páginas electrónicas de los siguientes productores de café orgánico, las cuales son:

- 1 COORDINADORA NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAFFETALERAS (CNOOC)
- 2 UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA REGIÓN DEL ISTMO (UCIRI)
- 3 COOPERATIVA *TOSEPAN TITATANISKE* (UNIDOS VENCEREMOS)
- 4 YENI NAVAN S P R DE R L
- 5 UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA ZONA NORTE DEL ISTMO A C (UCIZONI)
- 6 COMUNIDADES CAMPESINAS EN CAMINO S S S
- 7 SOCIEDAD COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TZE' TAL Y TZO' TZ' U
- 8 SOCIEDAD DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS DE LOS ALTOS DE CHIAPAS, A.C
- 9 UNIÓN DE EJIDOS Y COMUNIDADES DE CAFETICULTORES DEL BENEFICIO DE MAJOMUT
- 10 INDÍGENAS DE LA SIERRA MADRE DE MOTOZINTLA SAN ISIDRO LABRADOR S DE SS (ISMAM)
- 11 UNIÓN DE EJIDOS DE SAN FERNANDO

El cuarto capítulo presenta la sistematización y análisis de la información expuesta; de hecho, no sólo se recogen las entrevistas realizadas a indígenas, sino que se muestran tanto el análisis discursivo exhibido en las páginas electrónicas, como algunas partes del modelo semiótico de A. J. Greimas, donde los cruzamientos de *lo que se dice* y *lo que aparece*, además de *lo que no se dice con lo que parece*, permiten rescatar con

mayor nitidez la forma en la que se construye las autoreferencias de los cultivadores de café orgánico en las regiones centro y sur de México.

Por último, con el capítulo quinto de este estudio se completa y cierra presentando, su autora, las reflexiones finales a las que ha llegado en los últimos cinco años, ya desde este momento se entienden que las mismas ideas en sí mismas no se agotan, sino que permiten abrir otras más para continuar el diálogo y la investigación en las Ciencias Sociales.

CAPÍTULO I

LA CAFETICULTURA EN EL MARCO DE LA MUNDIALIZACIÓN

El objetivo propuesto para este primer capítulo es la exposición de la problemática de productores de café en el contexto de la mundialización, a partir de la producción y venta del grano en la modalidad orgánica, por parte de algunos Pueblos indígenas de México. Este es el punto de partida para el análisis sobre las relaciones políticas y estrategias de difusión con base en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Para ello habremos de apoyarnos, en un ejercicio multidisciplinario consistente en abordar el asunto de la producción del grano, desde la óptica que ofrecen ciencias como: la biología, la política y, por supuesto, la comunicación.

En ese sentido se retomará el trabajo realizado por los cafeticultores en la zona sur (Chiapas y Oaxaca) y centro de México (Puebla) quienes, desde hace al menos de cien años han practicado el cultivo de este grano, pero hoy en día construyen discursos que validan su existencia y participación política.

Se explicará, ante todo, el contexto de la mundialización y los efectos derivados del mercado mundial de café, esta será la premisa para entender la importancia del crecimiento en los cultivos orgánicos, para analizar los elementos que intervienen en su producción y comercialización y para comprender a esos pueblos minoritarios que han optado por novedosas estrategias de resistencia ante un modelo económico que, si bien resulta poco equilibrado, paradójicamente, les ha permitido una cierta igualdad en la apropiación y uso de herramientas de comunicación, como las TIC.

Por tal motivo surgen las siguientes preguntas que se resolverán en lo largo de este texto:

- ¿Quiénes integran las organizaciones de productores de café orgánico y con quiénes se vinculan para conseguir sus objetivos en el ámbito de las comunicación y la comercialización del aromático?
- ¿Qué tipo de comunidades componen los productores de café orgánico, a través de las TIC, para explicar la forma de cultivo, cosecha, y venta en el mercado mundial?
- ¿Cómo se crea un discurso para enfatizar la identidad de una comunidad y cuáles con los elementos que éste conlleva y de qué modo se presentan a través de la red?
- ¿Qué elementos tecnológicos se requieren para conformar una comunidad de características virtuales?
- ¿Cuáles son las estrategias que han desarrollado las comunidades productoras de café orgánico en México?

En las siguientes páginas, por lo tanto, se hablará -desde una perspectiva en la que convergen la comunicación y cierto entramado político- de las relaciones entre la producción de café y sus formas de cultivo; de la tierra de donde proviene, de los hombres que lo cosechan y de quienes, a nivel mundial, venden el café orgánico en grandes volúmenes, así como de los elevados estándares de calidad que deben alcanzarse para acceder a un mercado de alta producción orgánica.

Con esa base, el objetivo de la presente investigación es analizar cómo algunos grupos de productores de café orgánico en México transforman y dan otros sentidos a la “comunidad indígena”, de manera que se convierte en una *comunidad virtual*, donde se *re-crea* una forma de representación a partir de novedosas unidades narrativas.

Por lo tanto, la presente investigación analizará cómo un Sistema de Información (*Internet*) ha permitido la difusión, transformación y comercialización de productos orgánicos, por medio de los más variados discursos por parte de un colectivo étnico¹ y

¹ La palabra étnico proviene del griego *Ethnikos* y del *Ethnos* que refiere a nación o pueblo y su uso también implica la presencia de la gente que pertenece a ese grupo. Desde la perspectiva antropológica, Étnico hace

diverso, el cual encuentra puntos de vinculación por medio del trabajo agrícola, la pertenencia a una misma región y, particularmente, la actividad productiva, venta y distribución del grano de café orgánico en el extranjero.

Si bien, en México existe un marco jurídico que reconoce a los Pueblos Indígenas² como muestra de una nación pluricultural³ es en la práctica donde se concede una participación más profunda y de mayor trascendencia, pues muestran la habilidad para coordinar, aliar y organizar sus propuestas de reivindicación y resistencia indígena con otros grupos o sectores sociales que se solidarizan con esa estrategia entre los que se cuenta, académicos, campesinos y hasta religiosos; eso se pudo constatar durante las diferentes prácticas de campo en lo que fue la realización de la presente investigación, mas ello se ampliará con mayor detalle en el capítulo tres.

Esta misma realidad, que en ocasiones rebasa los estudios científicos, es la que explica Pérez Ruiz (2002), al afirmar que hay evidencias donde los términos de etnia pueden ser movibles, ya que el indígena suele ocupar, estructuralmente, varias posiciones, esto porque no todos están ubicados en las escalas más bajas de la estructura de clases, por ello también debe reconocerse que las relaciones de *dominación-subordinación*, y aún las de explotación, no sólo se dan por parte del grupo hegemónico cultural-económico, sino también se presentan al interior y entre, pueblos indígenas; y, por último, la etnia

referencia a grupos organizados de forma amplia y más allá de lo que comprende su comunidad local. En ocasiones los términos etnia e indígena suelen utilizarse indistintamente, etnia, y su consecuente etnicidad se utiliza para todo tipo de grupo humano, con la condición de definirlo con base en la identidad cultural. En otros ejemplos, lo étnico se aplica para cualquier Pueblo que se esté subordinado a un grupo cultural dominante

² El Concepto *Pueblo Indígena* se establece en el Convenio Fondo Indígena (1992), como aquellos que “descienden de poblaciones que habitaban en el país o en una región geográfica a la que pertenece el país en la época de la conquista o la colonización o del establecimiento de las actuales fronteras estatales y que, cualquiera que sea su situación jurídica, conservan todas sus propias instituciones sociales, económicas, culturales y políticas, o parte de ellas

³ Si bien la categoría étnica puede ser amplia, en este trabajo se dejará de lado, debido a que no es el objetivo del mismo exponer el nivel de discusión, pues corresponde al ámbito de la antropología, y en México se han generado amplios debates muy en particular en lo que se refiere a los Pueblos indígenas. Baste mencionar que a lo largo del siglo XX y XXI se han firmado una serie de documentos internacionales para atender la problemática indígena como son los Acuerdos de Patzcuaro (1940), Convenio 107 sobre poblaciones indígenas o tribales (1957), Convenio 169 de la OIT, por mencionar algunos, así como la correspondiente reforma constitucional sobre los artículos 2º y 4º. *NOTA DE LA AUTORA*

dominante con sus expresiones de identidad regionales, tampoco ocupan siempre las mismas posiciones de clase, o sea las dominantes (60-61).

Las alianzas que establecen las organizaciones de los pueblos originarios son igualmente heterogéneas y pueden tener, o no, un carácter étnico. De esta manera, los integrantes de estos pueblos pueden aliarse entre sí, o como indígenas con reivindicaciones étnicas o como campesinos con demandas de tierra, o como productores con demandas de crédito y mejores opciones para la comercialización o pueden hacerlo incluso, como jornaleros migrantes, o como comerciantes y residentes urbanos; o como varias de estas cosas a la vez (:77)

Aclarado lo anterior, podemos decir que con la presencia de las TIC, el desarrollo de estrategias de difusión y de producción de discursos se hace más abierta y flexible, ya que el uso de la tecnología conlleva un tema que es necesario discutir en estos momentos: los formas de creación del conocimiento a través de los usos de las TIC. Indígenas, cultivadores del café orgánico muestran, a través de discursos prácticos, las principales actividades de la *comunidad*, como son los proyectos productivos y la forma de organización⁴.

Desde la óptica de la comunicación, serán analizados los discursos construidos por miembros de organizaciones seleccionadas, a fin de comprender cómo se organizan algunos Pueblos indígenas productores de café orgánico y cuáles son los elementos que aportan para reafirmar la dualidad con la naturaleza y la presencia de *saberes* (Villoro, 2004) heredados de los antepasados, como una forma discursiva de reconocimiento no sólo en presente de lo que son, sino principalmente de aquel pasado que les permite construirse como antiguos agricultores.

Además es, en las páginas de Internet, donde los productores de café fijan la postura política en un marco agrícola; con ello puede entenderse la intencionalidad del diseño en sus estrategias de comunicación (*hipertexto* e *interactividad*), así es evidente la utilización de las TIC para difundir el principio de acción, y este es el otro lado discursivo, pues hay

⁴ La proliferación de este tipo de comunidades se da sin la ayuda de grupos partidistas o de gobierno, aunque es de reconocer que algunas son resultado de la intervención de Comunidades Eclesiales de Base (CEB's), es decir, que han sido desarrolladas y apoyadas por agrupaciones de la Iglesia Católica y promovidas muy particularmente por la Compañía de Jesús. *NOTA DE LA AUTORA*

razonamientos válidos, para su argumentación principal: el desarrollo de la producción orgánica y la venta de café orgánico bajo la denominación de *Precio Justo*⁵.

Baste mencionar que un eje de relevancia en los estudios de comunicación referentes a Internet se fundamenta en la parte de la construcción del *ser político* que piensa, habla y actúa. De ahí que haya de desterrarse la idea de fetichismo y determinismo tecnológicos, lo que debe quedar en evidencia es qué hacen esos sujetos con las TIC y no al contrario; Internet puede ayudar, pero en sí misma poco resuelve. Por lo tanto, esta investigación se centrará en la importancia enunciativa (discursos) de los grupos organizados de indígenas que forman una comunidad.

La herramienta de análisis para lograr el objetivo planteado en esta investigación es a través del análisis del discurso⁶, donde se muestran las interacciones de los personajes que habitan en las *comunidades virtuales* de los productores de café orgánico en diferentes páginas electrónicas. Habremos de añadir, por el momento, que los participantes proponen cuidar el ambiente con base en el cultivo orgánico⁷, pues apelan a una identidad étnica, laboral y hasta religiosa, esta última en su acepción más pura de estar ligado a..., o bien ligarse a algo en una ideología particular. Se trata, ante todo, de un discurso que valida la existencia de indígenas como dueños y herederos de *saberes* milenarios⁸ sobre el cuidado de “la madre-tierra”, “la madre-naturaleza” o bien de “nuestros ancestros”⁹; de esa manera se plantea una contra propuesta a la incesante modernidad que “contamina”, “degrada”, y enajena el orden de la naturaleza¹⁰.

⁵ En el caso de la producción para cafetaleros se pagan a los productores primas concretas por encima de los precios del mercado hasta planes que alientan métodos de cultivo y procesamiento que tienen efectos beneficiosos en el medio ambiente. <http://dev.ico.org/documents/icc98-6c.pdf>. Consultada en Marzo de 2008.

⁶ Cabe aclarar que esta es una propuesta libre, pues *NO SE TOMA DE FORMA COMPLETA* el Cuadro Actancial de A.J. Greimas, sino solo algunos elementos del mismo que sirven para explicar las formas discursivas en las páginas electrónicas. Cfr. Capítulo IV.

⁷ Este tipo de planteamientos los menciona la Unión de Ejidos de San Fernando, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

⁸ Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla San Isidro Labrador (ISMAM), San Cristóbal de las Casas, Chiapas.

⁹ Unión de Ejidos y Comunidades de Cultivadores del Beneficio de Majomut (Unión-MAJOMUT).

¹⁰ En la página electrónica de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), dice: “Desde hace 19 años nos dimos cuenta que en los últimos tiempos hemos estado olvidando toda esta sabiduría y nos dejamos engañar por el mundo moderno, al cual sólo le importa la acumulación y la ganancia,

Tan claras resultan estas posiciones que permiten ubicar protagonismos y antagonismos, pues al validar el discurso sobre la producción orgánica, desarrollada como tal por un científico austriaco¹¹, se da cabida a identidades y delimitaciones territoriales. No obstante las marcadas diferencias, confluyen ideales de protección al entorno natural; la diferencia los coloca en igualdad de circunstancias para luchar por el mismo objetivo.

Es de tener en cuenta que las expresiones contenidas en una construcción discursiva se identificarán como *diferenciadas*, *complementarias* e incluso *análogas* en función de las prácticas y acciones cotidianas que se han derivado del nuevo uso que, el ciberespacio, han venido haciendo las *comunidades virtuales* de indígenas desde que se han apropiado de ella.

La selección de las comunidades de productores cafetaleros mexicanos se llevó a cabo de entre las agrupaciones que cuentan en el ciberespacio de una página electrónica y con base en sus textos señalan mejores resultados en la consecución de sus metas y cuya existencia data, al menos, de 25 años a lo largo de los cuales han cumplido con el doble objetivo: vender café y otros productos bajo el sello orgánico al extranjero, además de lograr beneficios para los miembros de la comunidad.

1. La producción del café en la mundialización

El objetivo propuesto para este apartado es la exposición -bajo el contexto de la mundialización- de la problemática del café, así como la cada vez mayor presencia de empresas transnacionales con injerencia directa en su venta, distribución y consumo. Por ello habremos de apoyarnos, una vez más, en un ejercicio multidisciplinario consistente en abordar el asunto de la producción del grano, desde la óptica que ofrecen ciencias como: la economía, la biología, la política y, por supuesto, la comunicación.

explotando y destruyendo a la naturaleza” www.ucirri.org, 16 de Marzo de 2007 Consultada en febrero de 2007

¹¹ Este tema se tratará con mayor detalle en el apartado 1.1 de la presente obra

Se explicarán, ante todo, los efectos derivados del mercado mundial de café, premisa fundamental para entender la importancia del crecimiento en los cultivos orgánicos, los elementos que intervienen en su producción y comercialización y para comprender a esos grupos minoritarios que han optado por novedosas estrategias de resistencia ante un modelo económico que, si bien resulta poco equilibrado, paradójicamente, les ha permitido una cierta igualdad en la apropiación y uso de herramientas de comunicación, como las TIC.

En las siguientes páginas, por lo tanto, se hablará -desde una perspectiva en la que convergen la comunicación y cierto entramado político- de las relaciones entre la producción de café y sus formas de cultivo; de la tierra de donde proviene, de los hombres que lo cosechan y de quienes, a nivel mundial, venden el café orgánico en grandes volúmenes, así como de los elevados estándares de calidad que deben alcanzarse para acceder a un mercado de alta producción.

Por lo tanto, las preguntas a responder en las siguientes páginas son: ¿Cómo se trenzan las formas de interacción entre diferentes colectivos socio-culturales?, - ¿Qué tipo de políticas con base en la sustentabilidad se están implementado en México y quiénes las están llevando a cabo? - ¿Cuáles son las estrategias de producción que han desarrollado las comunidades cultivadoras de café orgánico en México?

Cabe mencionar que este análisis partirá de la idea del Sistema Mundo, pues éste permite analizar el funcionamiento del sistema capitalista, a fin de comprender las circunstancias de los productores cafetaleros, además de las que enmarcan a México como país, que ha perdido autonomía y muestra la dependencia que le impide poseer conocimientos para realizar procesos productivos de manera libre. Ahí la relevancia por mostrar las formas narrativas de actividades como reflejo de la realidad.

El *Sistema-Mundo Moderno* la define Wallerstein (2005:126), como una zona espaciotemporal, en constante evolución, que es atravesada por diferentes unidades político-culturales, que se integran por actividades e instituciones que responden a reglas sistémicas. Dicho *Sistema Mundo Moderno* toma la forma de *Economía Mundo Moderna*, que se fundamenta en el capitalismo, pues éste es el que ha permitido que desde el siglo

XVI a la fecha se mantenga como un intercambio creador de desigualdades, de ahí que Braudel debata entre la esfera del libre mercado y la esfera de los monopolios, siendo la última la base del capitalismo (:30).

El concepto de *Economía-Mundo*, permite analizar el sistema en proceso de mundialización, pero enmarcándolo en un proceso histórico de los intercambios mundiales, donde se expresa con claridad la asimetría de flujos económicos, pues es evidente la formación de redes de comunicación cada vez más sofisticadas, vinculadas y controladas por ciertas naciones, donde la división del trabajo también jerarquiza el espacio y derivan en una polarización entre centro y periferia (Mattelart, 1998:100).

La mundialización considera una triple realidad, la primera se ubica a partir del territorio con base en una regionalización; en segundo lugar se encuentra el eje “centro del mundo”, aquél donde se concentra la mayoría de las decisiones de los países con alto poder económico y de intenso desarrollo científico-tecnológico y, por último, se identifican zonas intermedias con márgenes muy amplios, donde la división del trabajo, ubica a los subordinados en torno al ‘eje’, que marca e impone el orden (Mattelart, 1995:206).

Según Mattelart, existen dos teorías que pueden explicar la mundialización, una, de tendencia secular, sostiene que es resultado de la economía capitalista a través de la cual se facilitaron e impusieron procesos de integración, además de un pensamiento positivo derivado del siglo XIX, dichos procesos estimularon muy estrechamente el desarrollo de la economía y la industria; la otra, inversa a la primera, asegura que la integración por medio de acuerdos internacionales fue la que favoreció la puesta en marcha del proceso de regionalización y, por ende, de la mundialización que ahora tenemos.

La composición de los Estados-nación promovió la consolidación del centralismo, en el cual se formó una contradicción, pues mientras se apeló a la libre circulación de mercancías, y se establecieron lineamientos para fortalecer el libre mercado, casi al mismo tiempo, y de manera externa se favoreció el proteccionismo. Tales fenómenos económico-políticos han derivado en acciones de carácter social y geográfico. Es el caso de la rivalidad hegemónica de los Estados-nación que con una mejor estrategia militar obtuvieron el

dominio luego de dos guerras mundiales, de las cuales se derivó la consolidación del sistema capitalista que dividió al mundo en dos polos: metrópoli-colonia y Norte-Sur.

El soporte de la mundialización es entre el progreso tecnológico que promueve el avance de las telecomunicaciones, la toma de decisiones y el desarrollo de procesos de control a distancia, principalmente (Mattelart, 2006). De ahí la homogeneización en el consumo y los procesos productivos en diferentes países y regiones del mundo, donde las empresas multinacionales han aplicado una serie de políticas y estándares de calidad que les permiten desplazarse y/o realizar actividades con facilidad y de forma simultánea en varios continentes, sin importar distancias.

En resumen, el proceso de mundialización representa el adelgazamiento del Estado, es decir, el debilitamiento de las instituciones estatales ante el surgimiento de nuevos organismos transnacionales, principalmente de carácter privado, que dictan políticas (desde el centro), para ser aplicadas en los países dominados (Osorio, 2006). Bajo este contexto de mundialización, los medios de comunicación son los instrumentos más que eficaces para propagar ideas y unificar intenciones; en el siglo XXI “inciden en los espacios tradicionales” y modifican la privacidad aunque su principal característica sea el intercambio de datos y flujos de información.

Luego de esta muy breve exposición sobre la mundialización y sus relaciones con la economía y, por ende, con la comunicación; ahora se expondrá la problemática en la producción de café a nivel mundial, para lo cual conviene referirse, primero, al deterioro ambiental que se ha infligido al planeta desde los años setenta.

Tales acciones de integración entre —entre muchos otros ejemplos— se muestran cuando firmaron en Estocolmo Acuerdos a nivel internacional y regional (1972), para evitar la degradación del ambiente; sin embargo, los resultados variaron de acuerdo con las propias regiones y los países. Una de las principales variables se relacionó con el compromiso para reformar acuerdos institucionales y desarrollar programas de protección al ambiente. En el caso de los países desarrollados se procuró la promoción de programas de protección ambiental donde se promoviera la protección del mercado con base en la

certificación de productos. Aquí la paradoja de la mundialización está presente, sin duda los procesos de certificación son avalados por ciertas asociaciones de carácter internacional, como estrategia de control de los países productores de las materias primas y de protección para aquellos que las procesan y se encargan de la industrialización.

... la liberación de mercados en economías protegidas o medianamente protegidas, sobre todo en el sector industrial, puede favorecer la valoración de recursos naturales renovables y la conservación de la base de los mismos. Ya que dicha protección favorecería preferentemente los procesos de transformación restándole importancia a la preproducción de las materias primas derivadas de los recursos naturales. (Rodríguez Arana, p101)

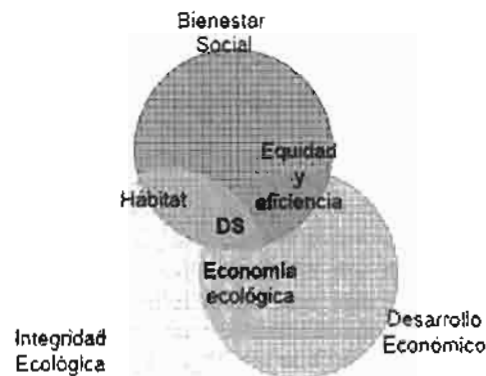
Los movimientos ecologistas son resultado de la llamada *década perdida del desarrollo* en Latinoamérica, entre los que podemos mencionar el movimiento de sustentabilidad o sostenibilidad (Amaro, 1999), creado en países europeos y que, gracias a la mundialización, ahora resuena cotidianamente en los países subdesarrollados como una toma de conciencia.

Organismos internacionales como la Federación Internacional de Movimientos de Agricultura Orgánica (IFOAM, por sus siglas en inglés) consideran que la agricultura orgánica es un aporte relevante al planeta, ya que considera principios éticos y de lucha contra las incongruencias del mundo moderno (IFOAM, 2008), como la pobreza y el hambre, por ejemplo. La propuesta se basa en la intersección de las dimensiones sociales, ecológicas y económicas (cuadro 1); sin embargo, suena contradictorio cuando esta misma organización, en el programa de desarrollo correspondiente al 2008, afirma que la agricultura orgánica puede vivir sin un mercado orgánico, ya que éste sólo sirve como incentivo.

Sin duda, lo anterior es un intento por controlar y acaparar los diferentes productos para incluirlos en una única opción, así pueden darse mayores formas de control a los productores que deben abastecer a grandes empresas, ello colocaría a los agricultores, naturalmente, en una posición cada vez más desventajosa, pues se estaría atentando con el mismo principio de luchar contra la desigualdad y la pobreza. Por otro lado, el IFOAM

promueve la estandarización de la oferta a los consumidores, que empiezan a ser inducidos hacia ciertos sabores y variedades, impuestos por el mercado. Ambos temas se abordarán con mayor detalle en los siguientes apartados.

CUADRO I. ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL DESARROLLO SOSTENIBLE (DS)¹²



Actualmente, es común encontrar referencias al Desarrollo Sostenible cuando se alude a la importancia de los cultivos orgánicos. La propuesta básica es la integración de una serie de elementos, valores y disciplinas enfocadas a la integración y desarrollo comunitario, pues más allá de las opciones de cultivo existentes y su promoción como alternativa de producción para los países no desarrollados, lo relevante es la irrupción de colectivos étnicos que comienzan a apropiarse de esta propuesta, que enmarcan en una filosofía mítica y la revisten de valores, al momento de organizarse. Esta actividad es todavía más evidente cuando de la práctica comunitaria se pasa a la descripción de acciones, metas u objetivos de una comunidad virtual que nace y vive, a través de un sitio que se alberga en el ciberespacio.

¹² Salvador Anta Fonseca. *El café sustentable: una nueva lucha para los pequeños productores de café en México*. Consejo Civil para la Cafeticultura Sustentable en México AC. <http://www.jornada.unam.mx/2004/08/30/eeco-f.html>

1.1. El café en México

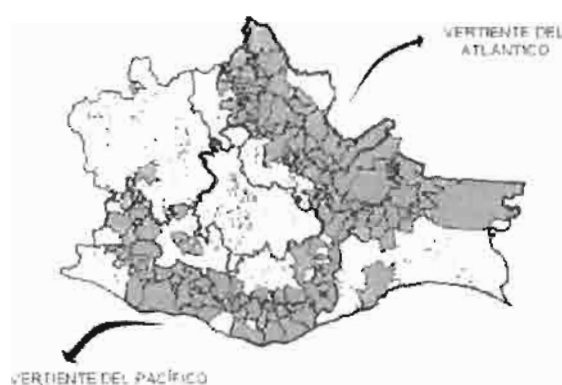
Si bien es cierto que el grano llegó al nuevo continente en el siglo XVII, no fue sino hasta finales del XVIII que comenzó a cultivarse en territorio mexicano. En 1795, la ciudad de Córdoba, Veracruz, fue la primera en mostrar las cualidades y beneficios para los cafetos. De ahí se extendió al norte (Huatusco, Jalapa, Coatepec, Tecoelo) y luego descendió hacia el sur (sierra de Zongolica, Huatla); en tiempos de la presidencia de Porfirio Díaz alcanzó a Oaxaca imponiéndose el cultivo a los indígenas de la sierra (La Chinantla y de Juárez), por parte de los finqueros. Quienes intentaron hacer lo mismo en Michoacán, aunque no con buenos resultados. En el siglo XX (Bartra, 1996), la producción de café se impulsó en Chiapas y Tabasco, posteriormente llegó a Colima y Jalisco. En 1900 eran ya 26 las fincas destinadas a su producción (Villafuerte, 2000).

Mediante la *Ley de parcelización, denuncia y titulación de tierras baldías*, Porfirio Díaz promovió el establecimiento de áreas cafetaleras entre emigrantes europeos y estadounidenses; los colonos que mayor impulso dieron a la región, al invertir en tecnología y capital, fueron los alemanes (Villafuerte & García, 200), quienes además recurrieron al apoyo crediticio de bancos germanos para promover la venta y exportación del grano. En 1908 se sumaron 66 fincas de extranjeros en la región del Soconusco, lo que en pocas décadas provocó el crecimiento de Tapachula y el arribo de un creciente número de migrantes de origen chino, guatemalteco y kanakas (de las islas polinesias), estos últimos murieron –todos– en su intento de adaptación a las tierras chiapanecas (Renard, 2002); para 1928 el total de fincas en la región del Soconusco era de 94 (Peter, 2002).

En la década de los 1920 fue muy promisorio para los finqueros, pues Brasil aplicó políticas de retención de su producción anual que permitieron el crecimiento en otros países. En México, en la siguiente década (1930) se iniciaron los movimientos sociales y laborales que dieron lugar al surgimiento del Partido Socialista Chiapaneco y, posteriormente, al del Partido Comunista del Soconusco (Renard, 2002) y, con ello, a la formación de sindicatos. Al activismo político se sumó la crisis mundial de 1930. Pese a

todo, los grandes latifundios no se vieron afectados (Pérez-Grovas) en Chiapas, por ejemplo continuaron con la estabilidad de los finqueros.

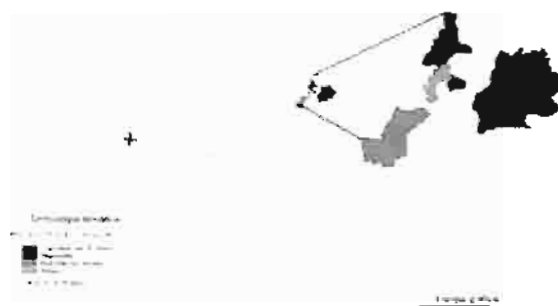
CUADRO 2. ALGUNAS ZONAS CAFETALERAS DE OAXACA



Fuente: <http://www.seder.oaxaca.gob.mx/cecafe/acercade.html>

En el caos de Oaxaca, la historia es distinta, pues el cultivo del grano tomó fuerza entre la población agrícola, debido a la crisis generada por la sobreexplotación de la grana-cochinilla, de esta forma se dieron diferentes forma de plantación del arbusto, pues mientras que se estimuló de manera oficial en 1872, en la zona de Pluma Hidalgo, los pequeños propietarios hicieron lo propio en la zona sur y costa de Oaxaca, ya entrado el siglo XX, aprovechando el amparo de las tierras comunales.

CUADRO 3. ALGUNAS ZONAS CAFETALERAS DE PUEBLA



Fuente: Ramírez y Juárez (2008)

En lo que respecta a Puebla, las tres regiones de producción de café han sido: Sierra Negra con 5 municipios. Sierra Norte, Sierra Nororiente, cada una con 25 municipios, esta última es la que produce más del 50 por ciento de a nivel estatal (Rivadeneira y Ramírez, 2005). Además los indígenas productoras de café representan el 51 por ciento (Nahuats¹³, totonacos, mazatecos y otomíes), según cuenta Ramírez y Juárez (2008).

1.1.1. La crisis de los años 1980

Para hablar de la crisis internacional del café es necesario comprender que los vaivenes mercantiles de este producto pueden hallarse desde mediados el siglo XIX, por la constante sobreproducción del grano en Brasil así como las tensiones entre países consumidores y productores. Cíclicamente se han observado largos periodos de crisis; pero es de importancia la que se dio en 1989, no sólo por la liberalización del mercado internacional del café, sino por las repercusiones que se generaron en México y principalmente en los productores del arbusto ubicados en las zonas sur y centro del país, quienes además de buscar opciones de venta, pudieron coordinarse y consolidar nuevas formas de organización, a pesar de las distancias territoriales y diferencias culturales.

En la década de 1960, el gobierno decidió apoyar a todo el sector de producción cafetalera por lo que creó el Instituto Mexicano del Café (INMECAFE), el cual tenía el objetivo de apoyar en los diferentes niveles de la producción del grano, lo que incluía financiamiento a los productores. En menos de 30 años, el INMECAFE logró el acopio de casi el 50 por ciento de la producción nacional de café, del cual se exportaba el 40 por ciento.

La modernización de la cafeticultura es relativamente reciente, pues buena parte de las zonas agrícolas hasta mediados de los años 1970, se encontraban incomunicadas.

¹³ Este grupo se autodenomina de esa forma para diferenciarse de otros Pueblos que habitan en esa región

Ciertamente el INMECAFÉ organizó a los productores para otorgarles créditos, asesoría y compra del grano para la parastatal, pero su presencia fue limitada.

Los cambios y transformaciones que se vivieron en este sector se produjeron en la década de 1980, pues durante el gobierno de De la Madrid (1982-1988), el INMECAFÉ limitó y hasta retiró los fondos de apoyo a los pequeños productores en todo el país, siendo los más afectados el sistema de créditos, comercialización y asistencia técnica. En julio de 1989, con la suspensión de las cláusulas económicas del convenio Internacional del Café se generó un duro cambio en la comercialización del café. Esto repercutió negativamente a partir de 1992, con la estrepitosa caída de los precios a nivel internacional, (www.seder.oaxaca.gob), pues la discusiones sobre el precio del grano eran además de complejas, desiguales. El golpe también llegó a nivel local y los productores se vieron endeudados, lo cual ocasionó el abandono de las tierras y la migración de los pequeños propietarios a ciudades como la de México o bien más al norte (Moguel, Botey, Hernández, 1992).

Esto provocó un vacío de liderazgo donde los agricultores tuvieron pocas opciones para vender su producto en el mercado. El caso de Oaxaca es particularmente importante por la fuerza y presencia que ganaron los cultivadores al organizarse. Es de mencionar que durante la crisis de 1989, algunos decidieron aceptar los precios de los “coyotes” o intermediarios y con ello revitalizar viejas prácticas de sometimiento a la especulación. Sólo unos pocos se animaron a organizarse para buscar otras opciones de venta y subsidio, por medio de un registro legal.

Tuvimos que aprender a pesar el café, a hacer recibos y a conseguir costales y camiones para el transporte. Algunos de nosotros perdimos el miedo de ir a la ciudad y otros aprendieron a usar el teléfono por primera vez. Antes, las únicas máquinas que habíamos utilizado eran pequeños molinos manuales y la mayoría de las personas nunca habían estado en una ciudad grande (Waridel, et al. 2001: 48)

Así se generaron, de forma paralela, dos tipos de organizaciones que tenía como objetivo delinear políticas de producción cafetaleras. Una oficial definida por las instancias

federales y bajo la figura del Consejo Estatal de Café (CECAFE), que incluyó en sus filas a productores, comercializados e industriales y, otra, autónoma, formada por pequeños propietarios decididos a eliminar la dependencia al intermediarismo. Ambas debieron competir por ganar la representación de los productores de la región (Piñón y Hernández, 1992)

Esta dualidad de trabajos (estatales y autónomos) permitió que los productores de café de Oaxaca desarrollaran opciones para que las organizaciones independientes y regionales trabajaran en forma coordinada; así nació en 1989 “una organización independiente de carácter estatal: la CEPACO” (*idem*:9), que en muy poco tiempo ganó la confianza de los productores locales y se posicionó en diferentes regiones del estado¹⁴. En 1991, sumó un total de 36 organizaciones y 21 mil 236 productores. Tres años después, ya incluía 40 organizaciones y casi 23 mil productores. Es decir, el equivalente al 40 por ciento de la producción estatal.

Es con la CEPACO, que se implementan programas de desarrollo comunitario y diferentes estrategias de trabajo las varias agrupaciones, dirigidas por diversos sujetos que tuvieron gran influencia en las formas de producción del aromático, pues provenían de diferentes Organizaciones No Gubernamentales (ONG), sacerdotes de la teología de la liberación y exfuncionarios o empleados del INMECAFÉ. De esta forma se obtuvo mayor información sobre la comercialización del café, formas de exportación y acceso a financiamiento a proyectos sustentables.

La suma de todos esos elementos en forma de agentes detonantes y dinámicos al interior de las comunidades permitió a los productores de café la posibilidad de ampliar los intercambios comerciales de forma directa con algunos países consumidores, a través de organismos solidarios y de apoyo al comercio alternativo. Primero en Holanda, a través de

¹⁴ En el año de su creación la CEPACO se integró con el apoyo de la Unión de Comunidades Indígenas Cien Años de Soledad de la Región de la Costa, la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), la Unión de Comunidades Indígenas de la Zona Norte del Istmo (UCI/ONI), Pueblos Unidos del Rincón de la Sierra Norte y el Centro de Apoyo al Movimiento Popular de Oaxaca A.C.

la S.O.S. y luego en 1986, Alemania, por medio de la GEPA¹⁵. El aporte holandés a los productores cafetaleros puede verse en diferentes dimensiones. En primer lugar por la presencia de Francisco VanderHoff, quien con la asesoría del obispo en la región Istmo, Arturo Lomas, consiguió el apoyo para combatir la pobreza; además de una estrecha coordinación con los productores de café, es miembro fundador de la UCIRI; pero también colabora con Nico Roozen, para desarrollar la marca Max Havelaar¹⁶, la cual se apoya en la propuesta de *Precio Justo*.

En ese sentido, bien vale decir que los esfuerzos de los agricultores, en su mayoría indígenas, se vieron enmarcados por una serie de sucesos en la emergencia de los movimientos sociales y alternativos en Europa, donde la protección a la naturaleza, el combate a la pobreza y la equidad mercantil fueron los objetivos primordiales que motivaron la creación de otra forma de comercializar los productos, a partir también de estimular un nuevo tipo de consumidor.

El gobierno de Carlos Salinas, en 1993, creó el Consejo Mexicano del Café (CMC), pero como sólo incluía a representantes de cuatro entidades productoras (Oaxaca, Puebla, Veracruz y Chiapas), esto generó desacuerdos y distanciamientos entre los productores, lo cual obligó a una nueva organización, que tres años después (1996), dio paso al programa Alianza por el campo, donde la intención fue modernizar a los productores de café. Si bien los planteamientos tuvieron aceptación, en principio, la crisis de 2001, por la caída de los precios en el mercado internacional de café, generó otra fuerte crisis en ese sector. Para ese entonces algunas organizaciones como la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) (Cobo y Paz, 2008), comenzaron a organizarse de manera independiente no sólo para vender el aromático, sino para encontrar nuevas formas de cultivo y protección a las pequeñas propiedades.

¹⁵ Organización católica de origen alemán que promueve el comercio justo con cerca de 150 productores cooperativas, organizaciones de mercadeo y empresas privadas con compromiso social en ca. 40 países de África, Asia y América Latina http://www.gepa.de/p/cms/media/pdf/taurer_handel/GEPA_Chronica.pdf

¹⁶ <http://www.solidaridad.nl/PDF/2008/jaarverslagSP2007.pdf>, p. 11

Actualmente, este grano es de gran valor para la economía mexicana, pues contribuye con más de la tercera parte de las divisas generadas por el sector agropecuario. Además ocupa el cuarto lugar en las exportaciones totales del país, sólo superado por el petróleo, el turismo y la metalurgia. En las últimas dos décadas el café aportó el 35 por ciento del valor de las exportaciones agrícolas y ocupó el quinto puesto, por superficie cosechada, antecedido sólo por el maíz, frijol, sorgo y trigo.

CUADRO 4. DISTRIBUCIÓN POR ENTIDAD DE PRODUCCIÓN CAFETALERA 2006



En el campo mexicano la producción de café es una de las mayores fuentes de empleo, cerca de 300 mil familias dependen del aromático (Cuadro 4). El cultivo de este grano, llegado apenas en el siglo XVIII, genera más de 700 mil empleos directos e indirectos, de los que más de tres millones de personas participan en todo el sistema agroindustrial (Pérez-Grovas).

Una parte importante de la producción de café en México es realizada por población indígena que representa el 65.5% (185 000 productores) de los 382 municipios cafetaleros. 200 presentan población indígena (25% o más de su población) y dentro de estos 94 son indígenas (con más del 75% de la población hablando una lengua diferente al español).¹⁷

En México¹⁸ la mayoría de los predios cafetaleros se trabajan “bajo sombra” (99%) y más del 70% con sombra diversificada. Esto quiere decir que se incorporan varios tipos de cultivos que cohabitan, lo cual propicia una condición ambiental de suma importancia al proteger la biodiversidad y ofrecer benéficos servicios de índole ecológica al país. Los estados con mayores volúmenes de cultivo de café, son: Oaxaca, Veracruz y Chiapas.¹⁹

Los cuadros estadísticos que se presentan en las siguientes páginas son los referentes más recientes a los cuales se pudo tener acceso (**Cuadro 5**); de sobra es conocida la dificultad para obtener información directa de oficinas públicas, así que se optó por la investigación vía Internet; de ahí entonces que las cifras que se ofrecen correspondan a la totalidad del mundo cafeticultor en México, sin hacer diferencia entre producción “tradicional” u orgánica.

¹⁷ Programa Estratégico de necesidades de investigación y transferencia de Tecnología del Estado de Chiapas. Cadena Agroalimentaria del Café. Abril 2003.

¹⁸ La producción se concentra en tres variedades arabigas, Typica cultivada por el 33% de los productores, seguida por Caturra por el 26% y Bourbon por el 17%. Otras variedades menos importantes son Mundo Novo con el 10%, Garnica con 6%, Catuai con 3%, Catimores con el 2% y con menos del 0.5%, los Maragos (Maragogype y Pacamara). El café que se produce en México es de la especie *Coffea arabica* L., que constituye el 97% de la producción nacional, representada por las variedades Typica (criollo, nacional o arabiga), Bourbon, Caturra, Mundo Novo, Garnica, Catuai, Pluma Hidalgo y Maragogype, el 3% de la producción corresponde a la especie *Coffea canephora* Pierre ex Frohener, conocida como robusta, cultivada en zonas bajas de Veracruz (principalmente en los municipios de Tezonapa y Tepatlaxco), Chiapas (sobresale el municipio de Cacahoatán) y Oaxaca (regiones de Tuxtepec y Valle Nacional). Sin embargo, otras fuentes estiman en 300,000 quintales la producción de robusta, con un considerable incremento en el estado de Chiapas. Programa Estratégico de necesidades de investigación y transferencia de Tecnología del Estado de Chiapas. Cadena Agroalimentaria del Café. Abril 2003.

¹⁹ La distribución del cultivo del café es diversa, es posible encontrarlo desde los 100 msnm hasta casi los 2000 msnm, sin embargo, la zona óptima para su desarrollo y producción se ubica entre los 700 a 1300 msnm. El 63% de los productores mexicanos se ubica arriba de los 600 msnm, mientras que un 29% de los productores se localiza en altitudes superiores a los 900 msnm. Programa Estratégico de necesidades de investigación y transferencia de Tecnología del Estado de Chiapas. Ídem.

CUADRO 5. LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN MÉXICO 2003²⁰

Estado	Municipios	Localidades	Superficie (ha)	Productores	Superficie media (ha)
Colima	5	28	2 776	793	3.54
Chiapas	68	1413	228 254	73 741	3.09
Guerrero	13	73	50 773	10 497	4.83
Hidalgo	22	473	42 403	25 630	1.65
Jalisco	10	10	3 060	597	5.12
Nayarit	7	49	18 731	3 729	5.02
Oaxaca	119	771	173 765	55 290	3.14
Puebla	52	442	62 649	30 973	2.02
Querétaro	1	3	355	248	1.43
S. L. P.	9	247	23 702	12 920	1.83
Tabasco	2	29	2 236	955	2.34
Veracruz	74	783	152 457	87 227	2.26
Total	382	4326	761 181	282 590	2.69

En el año 2002, Chiapas tenía registrados un total de 73 mil 741 productores, lo que le convertía en la entidad con el mayor número de productores, aún cuando hay que considerar que un productor incluye a una familia con al menos tres integrantes. A este estado del sureste mexicano lo conforman 118 municipios, mismos que se distribuyen en nueve regiones: Centro, Altos, Fronteriza, Frailesca, Norte, Selva, Sierra, Soconusco e Istmo-Costa; de éstas se ubican mil 498 localidades, que se dedican a la producción de café lo que equivale a 68 municipios.

En términos cuantitativos, Oaxaca sumó 30 distritos y un total de 570 municipios, en 119, de los cuales se cultiva la planta del café con un total de 55,290 productores en 771 localidades. Después se ubicó Veracruz con 74 municipios en 783 localidades y un total de 62,627 productores registrados; otro caso interesante es Puebla que tiene 217 municipios. En este estado del centro de México se identificaron 442 localidades, de 52 municipios, y una suma total de 30,973 productores.

²⁰ Programa Estratégico de necesidades de investigación y transferencia de Tecnología del Estado de Chiapas Cadena Agroalimentaria del Café Abril 2003

**CUADRO 6. CENSO NACIONAL CAFETALERO ESTRATIFICACIÓN FEBRERO DE 2006
PRODUCTORES²¹**

Estado	Chiapas	Vera Cruz	Oaxaca	Puebla	Hidalgo	Guerrero	SLP	Nayarit	Colima	TOTAL
0-1	53,450	22,392	37,540	18,022	20,647	6,693	8,490	371	193	167,798
0-5/1-1	54,058	22,466	27,892	11,769	7,962	4,503	5,063	658	201	134,572
1-1-2	39,820	21,701	21,064	9,573	4,265	4,403	2,994	1,247	205	105,272
2-1-3	12,633	8,788	7,401	3,465	817	2,159	585	904	109	36,862
3-1-5	8,256	7,291	4,749	2,667	337	2,053	174	1,310	81	26,918
5-1-10	2,867	2,255	1,669	757	63	1,446	20	689	22	9,788
10+	981	605	569	282	6	372	7	155	2	2,979
Totales	172,066	85,498	100,884	46,535	34,097	21,629	17,333	5,334	813	484,189

El 92% de productores, por lo tanto, son minifundistas con menos de cinco hectáreas (ha); mientras que en el otro extremo, el 0.1% con más de 50 ha, constituyen el reducido grupo de grandes finqueros. Este contraste no es tan marcado si se considera la superficie promedio por productor en cada estado. De esta forma, la superficie promedio mayor la tienen Jalisco y Nayarit (5 ha), un poco menor la tiene Guerrero (4.8 ha) y Querétaro la más baja (1.4 ha), en los principales estados productores la superficie promedio por productor es de dos a tres hectáreas. Esto puede ser una ventaja, sobre todo si se considera el cuidado de tipo artesanal que se da a la producción, lo que les permite ofrecer un valor agregado. (Cuadro 6)

En menos de un lustro (2002-2006) se registró un incremento relativamente significativo en el cultivo de cafetales, aunque no fue el esperado respecto del alcanzado por otros países, especialmente de Asia, donde muy rápidamente han introducido mejor tecnología y cuidados más acuciosos durante el proceso de producción de los cultivos orgánicos. Organismos internacionales así como Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) emprendieron proyectos de desarrollo con base en la sustentabilidad y el impulso a pueblos de trabajo comunitarios.

²¹ Plan rector del sistema producto café Unión Nacional de Productores de Café - CNC. AC. <http://www.cafesdemexico.com/PLAN%20RECTOR%20VERSION%20FINAL.pdf>

Desde la crisis del café en los años ochenta, las organizaciones de productores fueron una opción para organizarse así marcaron distancias con los organismos de los gobiernos federal y local. Primero por la ineficiencia y luego por el poco apoyo de éstos a los agricultores del país. En algunos casos también fue la necesidad de hacer frente al surgimiento de los “coyotes” e intermediarios a miembros de esas mismas organizaciones que acaparaban grandes cantidades de café y pagaban a los productores bajos precios.

Como se ha expuesto, la historia del café en México es resultado principalmente de las crisis mundiales; problemas básicos de la mundialización, donde los intereses económicos son decididos desde el centro, pero que afectan a una periferia. En el caso que nos ocupa, afectan directamente a los productores de café, quienes a estas alturas han aprendido a resolver de manera propia sus dificultades.

1.2. La producción de café orgánico en México

En 1928, con base en criterios vinculados con la lógica de la naturaleza: calidad ambiental, calidad de vida y calidad del producto, el austriaco Rodolf Steiner desarrolló los principios de una agricultura “Biodinámica”, sustentando así el origen de la producción de café orgánico, cuya implantación se inició en la Finca Irlanda, ubicada en la región del Soconusco, Chiapas; en la década de los ochenta esta práctica se extendió a países de Centro y Sudamérica hasta trascender el continente.

La producción orgánica es una técnica pionera a la que en pocos años los pequeños productores indígenas confirieron un sentido de conservación al ambiente, de trabajo comunitario y de cierta libertad para comercializar de forma directa sus cosechas, esto con base en la aplicación de métodos de *policultivo* (Moguel y Toledo, 2004)²².

²² Es decir, cohabitan especies diferentes de plantas y árboles, de manera que todas pueden coexistir sin dañarse. Actualmente, más de 40 organizaciones (comunitarias, sociedades, cooperativas y privadas, entre otras) se dedican a la producción del café orgánico, mismo que ocupa el 86 por ciento en los productos orgánicos y representa un ingreso de 20 millones de dólares al año.

Según datos oficiales de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), en 2006, México generó, por concepto de cultivos orgánicos, un valor de producción estimado en más de 270 millones de dólares en promedio anualmente.²³ A decir de la dependencia, este sector ostenta un crecimiento importante al registrar una tasa media anual del 27 por ciento, además de que la superficie sembrada con productos orgánicos en México se ha elevado de 23 mil hectáreas en 1996 a 307 mil durante el 2005. La producción de orgánicos en nuestro país tiene un impacto socio-económico en el campo, pues de ella se benefician alrededor de 123 mil productores.

De acuerdo con las Reglas para el procesamiento de alimentos orgánicos se especifica que en cuanto a la producción de cultivos orgánicos, México, particularmente, tiene mayores posibilidades de competitividad exitosa en el mercado mundial debido a que ofrece un aromático de calidad de origen como es el caso del Pluma-Hidalgo, cultivado en Oaxaca, y los sustentables, por mencionar algunos. A ello se suman otras ventajas que igual benefician a los productores que a las comunidades rurales: he aquí algunas de ellas:

- Empleo creciente de mano de obra rural.
- Diversificación de cosechas y reducción de riesgos financieros como resultado del abatimiento de los costos por menos uso de insumos.
- Máximo aprovechamiento de los recursos naturales y conservación de la biodiversidad.
- Minimización del riesgo de sequías y protección contra la erosión.
- Resistencia de la producción ante climas adversos y lluvias torrenciales.
- Limitación de riesgos a la salud de las familias campesinas por el abuso de agroquímicos.
- Desarrollo organizacional de la comunidad.

²³ Esto lo informó la Coordinadora General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA, Blanca G. Villarejo www.sagarpa.gob.mx, México, D.F., 20 de mayo de 2007 NUM 110/07

Las críticas más frecuentes a la producción de cultivos orgánicos se centran en torno a su orientación por cubrir mercados de países desarrollados, pues se arguye que es a la población de dichas naciones a la que se transfieren los beneficios; por ello es necesario que se estimule el mercado interno de productos orgánicos, pues las tendencias económicas se crean entre organismos internacionales, sin la participación de los países productores (Moguel y Toledo, 1999)

Las experiencias más exitosas de producción de café orgánico en México se localizan entre las organizaciones indígenas de pequeños productores. En orden de importancia, antigüedad y número de afiliados pueden citarse a la UCIRI (Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo) con 2,000 productores, al ISMAM (Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla) con 1,500 productores, a la Unión de Eñidos y Comunidades de la Selva con 1,300 productores, a la sociedad Cien Años de Soledad con 1 200, a la Federación Ecológica Indígena de Chiapas con 593, a la Sociedad de Producción Yemá Navan con 456 y a la Unión Majomul de Chiapas con 332. En conjunto, estas siete organizaciones agrupan al 65% de los productores de café orgánico que constituyen junto con las comunidades forestales la «columna vertebral» de esta *nueva forma de resistencia política*.

En opinión de autoridades federales, los productos orgánicos detentan a su favor tres elementos básicos: “tienen futuro en los mercados, es desarrollada fundamentalmente por empresas familiares generadoras de empleo y fomenta la competitividad en el campo mexicano”²⁴, en torno de estos elementos impulsores de la economía se han promovido diferentes actividades y foros de exposición y venta a nivel nacional y mundial.

En el Cuadro 7, se muestran las organizaciones de productores dedicados específicamente al cultivo orgánico. Como es habitual en este tipo de cultivos, Chiapas ocupa el primer sitio por un mayor número de productores adscritos a una de las 69 organizaciones provenientes del sureste y por una superficie total cosechada de 23 mil 063.72 ha; mientras que en el caso de Oaxaca suman 74 organizaciones con poco más de 10 mil adscritos en tan sólo 17 mil 836.66 ha. De manera sorprendente aparece Nayarit con sólo una organización a la que se encuentran adscritos cinco mil 120 productores que se

²⁴ Mensaje del subsecretario de Desarrollo Rural de la SAGARPA, Antonio Ruiz García. Durante la inauguración de la 5ª Exporgánica y la 10ª Expo Internacional de Productos Tradicionales www.sagarpa.gob.mx/cgcs/newsletter/2006/oct161006/expo.htm

extienden en un área de 16 mil 545.96 ha. Luego sigue Puebla, con cinco organizaciones, dos mil 146 adscritos y una superficie de cultivos de 3 mil 339.24 ha.

En octubre de 2001 nació el Consejo Civil para el Café Sustentable en México. Este organismo emanó de los trabajos realizados durante el evento “Cafeticultura Sustentable en México”, celebrado en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, con el objetivo de promover y desarrollar actividades sustentables para el café mexicano.²⁵

De manera hipotética se sostiene que, bajo el nuevo contexto de comercio mundial se empiezan a desarrollar otras formas de acción por parte de los productores de café. Esto obliga a nuevas formas de interacción entre diferentes pueblos, que deben aprender más allá de los ciclos de cultivos y la vinculación con la naturaleza. Por tal motivo, comienza a gestarse un esquema de representación distinto al que se utilizó desde hace, al menos ocho décadas. Por lo tanto, se podría poner en duda el estereotipo que les ha conferido.

CUADRO 7. PRODUCTORES DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

PADRÓN NACIONAL CAFETALERO ORGÁNICO			
ESTADO	Nº. ORGANIZACIÓN	Nº. PRODUCTORES	SUPERFICIE(ha)
Cotima	1	812	1,278.37
Chiapas	69	11,081	23,063.72
Guerrero	4	1,409	2,478.04
Hidalgo	1	836	981.82
Jalisco	1	125	872.03
Navanit	1	5,120	18,545.96
Oaxaca	74	10,175	17,836.66
Puebla	5	2,148	3,339.24
San Luis Potosí	17	1,545	1,609.25
Veracruz	11	1,004	2,229.93
TOTAL	184	34,343	70,046.02

La superficie corresponde a la registrada en el Padrón Nacional Cafetalero
cuya última actualización fue realizada en Octubre de 2006

Por otro lado, los hay también que defienden con gran vigor las actividades realizadas mediante el trabajo comunitario, voluntario y de intercambio para producir

²⁵ Programa Estratégico de necesidades de investigación y transferencia de Tecnología del Estado de Chiapas. Cadena Agroalimentaria del Café. Abril 2003

(Villareal, 2002); una actitud como ésta trae consigo ventajas innegables. Este es el caso de Toledo (2007), quien menciona que el trabajo en las comunidades indígenas es parte del debate actual, ya que se debe pensar que México se encuentra ante la disyuntiva de procurar la integración agrícola de acuerdo con las políticas establecidas a partir del Tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos de América, o bien estimular las actividades y formación de organizaciones de corte ambientalista en pequeña escala para proteger la diversidad ambiental y estimular la complejidad ecológica como una “fuerte herencia cultural y un notable sistema de propiedad basada en la comunidad” (Toledo, 2007).

Desde la perspectiva económica, hay tres actores importantes con los cuales habrá de trabajarse con base en un mismo discurso, tales actores son:

- **Comercio Justo**²⁶ que tiende a mejorar las condiciones sociales y económicas de productores bajo el régimen de orgánicos.
- **Importadores** o distribuidoras, que muy holgadamente ofrecen en sus anaqueles esos productos.
- **Productores** son aquellos que se presentan como los protagonistas de las historias narradas a través de las páginas de Internet, y conscientes de los objetivos laborales y de identidad de las comunidades que los producen

El objetivo de Trans-Fair/Max Haavelar es determinar los lineamientos de comercio justo, otorgando el sello Trans Fair/Max Haavelar a los comerciantes, según se encontraran en cualesquiera de estos tres niveles: **Productores, Importadores y tostadores y/o vendedores**. A continuación se presentan, de forma sintetizada, los criterios de aceptación.

1. Organizaciones de pequeños productores, con registro internacional, a quienes se les ofrece precio justo y estable para su producto. Los requisitos a cubrir, son:

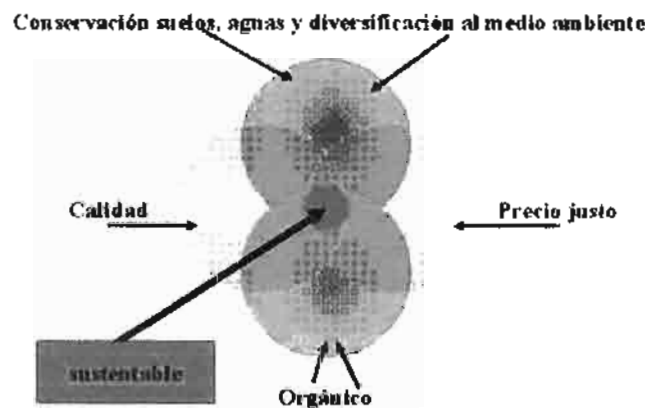
- a. Pequeños propietarios que evitan la dependencia de mano de obra contratada y que se auxilian del trabajo propio y de la familia.

²⁶ Definir este concepto resulta complicado pues se dice que este es resultado de “un movimiento ciudadano descentralizado y de base”, por lo que sus acepciones son variadas pero se fundamenta en un principio que es “la asociación comercial basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, en el comercio internacional” *Anuario European Fair Trade Association* pp. 25 y 26

- b. Organizaciones independientes y controladas por sus miembros, quienes determinen la toma de decisiones al interior de la misma.
 - c. Transparencia administrativa y control efectivo de los miembros y la Junta Directiva.
 - d. Práctica solidaria entre socios y organizaciones hermanas como parte de la filosofía de la organización.
 - e. No discriminación por raza, religión, filiación política o sexo.
 - f. Los estatutos deberán estar abiertos a nuevos miembros.
 - g. La organización deberá ser políticamente independiente.
 - h. Compartir con las otras organizaciones las siguientes iniciativas:
 - i. Desarrollo económico integral.
 - ii. Desarrollo organizativo integral.
 - iii. Desarrollo social integral.
 - iv. Estrategias de desarrollo sostenible.
 - v. Participación de la mujer.
 - vi. Mejoramiento de la calidad en producción.
2. Importadores, deberán cumplir con:
- a. Comercio directo.
 - b. Precio mínimo (126 *usd* el quintal por arábica y 110 el quintal por robusta lavado).
 - c. Premio orgánico, por calidad se suman 15 cts. De USD, por libra de café oro.
 - d. Crédito por un valor de hasta 60 por ciento del valor del contrato, con base en el precio mínimo.
 - e. Relaciones duraderas con base en el respeto a derechos e intereses.
3. Tostadores y/o vendedores al consumidor, se ofrece un consumo “con conciencia ética” con los siguientes lineamientos:
- a. No se explota la idea de culpabilidad sino pagar lo justo por un producto de calidad.
 - b. Se busca introducir los productos en supermercados y otras tiendas convencionales.
 - c. El alto precio beneficia al productor, ya que se evitan intermediarios.

Los productores de cultivos orgánicos desarrollan alternativas de organización e interacción con otras regiones del mundo al intercambiar datos, ello como una característica de la Sociedad de la Información, propia del siglo XXI. Además, cada uno de los participantes es importante y debe ejercer “pues esas son las reglas convenidas en el juego” (citado por Almanza, 2002) el Comercio Justo. Cabe mencionar la trascendencia de la participación de los consumidores quienes -de manera lineal- pueden verse al final del esquema; no obstante que estas estrategias de comercialización van dirigidas al comprador, es éste quien deberá pagar un costo más alto para adquirir el producto.

CUADRO 8. LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO SEGÚN EL CONSEJO CIVIL PARA LA CAFETICULTURA SUSTENTABLE EN MÉXICO²⁷



La propuesta de Comercio Justo puede mirarse como un sistema paralelo insertado como una alternativa del comercio mundial, pero, paradójicamente, de alto proteccionismo para los países desarrollados. Más allá de esto, se trata de un movimiento auspiciado por pueblos civiles que implica la coordinación de acciones sociales pero también de difusión de valores compartidos por colectivos cada vez más amplios. En principio, estos valores se

²⁷ Salvador Anta Fonseca El café sustentable: una nueva lucha para los pequeños productores de café en México Consejo Civil para la Cafeticultura Sustentable en México AC <http://www.jornada.unam.mx/2004/08/30/eco-f.html>

basan en la competitividad, donde se pone en juego la aplicación de normas para la certificación y comercialización de lo producido; y también sustento de estos valores son los elementos simbólicos que permiten una mayor cohesión de la comunidad.²⁸

En el **cuadro 8**, se esquematiza la idea de las vinculaciones entre los elementos que integran la sustentabilidad. La intersección central es la base de esa propuesta que algunos tratan de presentar como filosófica, sin embargo, desde el punto de vista científico biológico, quedan de lado los *conocimientos* o *saberes* de los pueblos originarios, mismos que retoman la propuesta de cultivo para ajustarla a los discursos sobre los cuales se vierte la intención por promover una representación del discurso indígena.

2. La distribución de los productores de café orgánico en México

Hasta el momento, se ha planteado lo más claramente posible la problemática que afecta, muy particularmente, a quienes se dedican al cultivo de café en México. En los siguientes apartados se expondrán las circunstancias que atraviesan algunos Pueblos indígenas con relación a la tierra, la cual es un referente no sólo para la producción y cultivo, sino también es una forma de ratificación de origen, pues en un territorio determinado se integran y asientan las comunidades de productores cafetaleros.

Oficialmente en México se reconocen 56 pueblos indígenas distribuidos a lo largo del territorio nacional. A decir de la Comisión Nacional para el Conocimiento y el Uso de la Biodiversidad (CONABIO), la relación entre presencia de pueblos indígenas y puntos de concentración de riqueza, en lo que a recursos naturales se refiere, es muy estrecha. Es decir, en los territorios donde las comunidades indígenas se han asentado, es donde se encuentran los yacimientos biológicos y genéticos más grandes del país.

²⁸ Horacio Almanza-Alcalde. *El comercio justo en los movimientos transnacionales y los productores cafetaleros indígenas: el uso de valores solidarios en la búsqueda de la auto-gestión*. University of Sussex at Brighton, 2002. http://vinculando.org/comerciojusto/mst_comercio_justo/movimiento_comercio_justo.html consultada Febrero de 2007

CUADRO 9. DISTRIBUCIÓN DE LENGUAS Y POBLACIÓN INDÍGENA EN MÉXICO²⁹

Fuente: http://www.conabio.gob.mx/2ep/images/0/0b/capital_natural_referencias.pdf

México es considerado uno de los países donde se encuentra un alto grado de biodiversidad: cultural y biológica. En un análisis preliminar de la People y Conservation Unit de la WWF, cita Toledo (2003:72), se identificó un patrón de dispersión poblacional en relación con las regiones biodiversas de mayor riqueza, esto es que cerca de 1, 80 por ciento de esas regiones cuenta con un asentamiento indígena.

En esa distribución pueden localizarse pueblos indígenas que se encuentran enredados en problemas agrarios, tanto por el mulo reparto de tierras como por la carencia de deslindes; amén de las dificultades que afrontan debido al exceso de pagos por créditos recibidos³⁰, así como para producir de manera consistente y sin graves daños al entorno. Bajo esta perspectiva, se vuelve a apelar a los textos de Toledo, pues con ellos se pueden entender las formas de caracterizar a los pueblos indígenas, sin necesariamente hacer una

²⁹ http://www.conabio.gob.mx/2ep/images/0/0b/capital_natural_referencias.pdf

³⁰ www.pa.gob.mx/publica/pa070407.htm, consultada en abril de 2007

categorización antropológica pero que sí responde a los discursos actuales y posiciona el tema de la sustentabilidad como elemento de discusión y forma de cultivo orgánico.

CUADRO 10. CULTIVO DE CAFÉ Y PALMA EN ÁREAS DE CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD



Fuente: www.conabio.gob.mx/2ep/images/0/0b/capital_natural_referencias.pdf

Basta observar los Cuadros 8 y 9 para comprender que la distribución poblacional indígena tiene una fuerte relación con los campesinos y, por ende, con la producción de café orgánico, la cual está igualmente supeditada a los procesos de producción de temporal, es decir, basados en los ciclos y fenómenos naturales.

En el caso de México la situación se torna muy particular, especialmente porque la propuesta de organizaciones comunitarias para dar forma a lo que ahora es el Comercio Justo y Max Haavelar nació en la zona del Istmo de Tehuantepec, Oaxaca. La Unión de Comunidades Indígenas de la región del Istmo (UCIRI), es el ejemplo más tangible de un proceso de trabajo constante de una organización cada vez más sofisticada, que se extendió a otras entidades como Chiapas y Puebla.

3. Indígenas: la imagen política

Por mucho tiempo las referencias de los conquistadores a los habitantes de las tierras recién descubiertas a finales del siglo XV fueron racistas, por lo regular las ideas que circularon en ese entonces subrayaban una evidente inferioridad de los habitantes a los cuales se les enfatizaban con calificativos de *salvajes* y *débiles* a quienes, en opinión de los conquistadores, debían ser evangelizados. Bajo esos discursos se justificó la dominación europea ya sea por la fuerza o bien en función de la misión evangélica (para proteger), pero ninguna de las dos se dio de manera consensuada o en reconocimiento a las prácticas o formas culturales anteriores (D'Abbraccio, 2001).

A la supuesta carencia de esencialidades humanas en los indígenas americanos no tardaron en añadirse explicaciones a su inferioridad, como fue el caso de las condiciones climáticas; eso justificó la represión y explotación de las comunidades por cerca de tres siglos. Los pueblos indígenas fueron relacionados de manera innata con la conservación de tradiciones y relatos; de esa forma se avaló su sentido místico, pero también se reforzó el estereotipo del *Buen Salvaje* (Bartra, 1998)

Desde el punto de vista de las construcciones sociales, los indígenas mostraron más aspectos negativos que positivos, mismos que pudieron validar el paternalismo estatal al que se hallaron adheridos desde tiempos de la Colonia. Los principales promotores de un discurso de identidad fueron los sacerdotes, estadistas y escritores, a ello, Gnecco menciona que

los proyectos nacionales de los países independizados del yugo colonial revivieron, miméticamente, el paradigma de la identidad moderna, la identidad en estos países produjo un discurso esquizoide que, por un lado, rechazó la dominación política colonial y, por el otro, aceptó la premisa moderna de la identidad nacional en la que se funda la dominación y la subordinación de otras identidades. Este sometimiento fue doble: por un lado supuso la domesticación de la diferencia al hacerla parecer como parte constitutiva de la identidad nacional, por otro, supuso la domesticación de la memoria social por parte de una

historia que transformo la alteridad en misitud a través de su incorporación al proyecto colectivo

Los Pueblos indígenas carecieron de una presencia en el proyecto político del Estado-nación de México. Los indígenas, bajo ese modelo político, se hallaron entre el desamparo y el paternalismo, al margen del desarrollo y civilización generados por la ilustración y la modernidad. En este punto se puede encontrar un cruzamiento de cosmovisiones, ya que es evidente el desdoblamiento hacia un paralelismo de ideas a favor del desarrollo comunitario: por un lado, el desarrollo científico/tecnológico, propio de la modernidad (Villoro, 1998:84), en el que se gesta la subsiguiente colonización en sus diferentes dimensiones y, por el otro, la relación y vínculo que se han guardado y mantienen entre el ser humano con la naturaleza, a la cual someten y fijan estándares de seguridad, para diferentes procesos de producción. Dicha trascendencia del ser humano sobre la naturaleza deja ver las diferentes facetas de dominación y explotación de los recursos minerales y naturales.

En el caso que nos atañe, ese cruzamiento fue más allá de un encuentro cultural, pues tanto la naciente Europa moderna y las también nuevas tierras, poseían modelos de desarrollo diferenciados, y en muy breve tiempo hizo su aparición la desigualdad entre ambos pueblos. El conocimiento, por su parte, indígena fue cada vez menos respetado ante una comunidad científica cada vez más eurocéntrica. Fueron estas últimas las ideas que se mantuvieron ya entrado el siglo XX, cuando en México todavía se consideraba un problema la existencia de una amplia variedad de pueblos indígenas, como una limitante para lograr el progreso deseado. Por ejemplo, como resultado de la Colonia, los pueblos indígenas se apropiaron de plantas, medicinas, oficios, alimentos y tecnologías de ese tiempo hasta convertirlas en parte de sus prácticas cotidianas "...dotándolos de significados al interior de su propia cultura, en un proceso de recreación constante en tiempos históricos."(Carrillo, 2006:56)

Valdría la pena mencionar que este tipo de acciones fue en buena medida una forma de adaptabilidad del conocimiento traído de otros lugares que permitieron a los pueblos

indígenas mantenerse como grupo diferenciado, ya que hacían sus propias interpretaciones de aquellos nuevos conocimientos. Es interesante identificar cómo ha sido ese paso de conformaciones culturales; esto no obstante, deliberadamente omitimos y evitamos hablar de hibridaciones que limitan y pierden fecundidad para el futuro.

Además, consideramos que, si hay orígenes de otros lugares y costumbres muy particulares no exclusivas de los indígenas. Es quizá como un bricolado de prácticas que dan pie a una nueva obra, pero en sí misma existe la esencia de cada uno de los elementos que la componen. La totalidad, si bien refiere a algo en particular que tiene sentido y significado en sí mismo, nace de la individualidad de cada una de las partes que, conjuntadas en un orden específico, derivan en un nuevo simbolismo.

Actualmente, en varias páginas electrónicas que circulan en la Red de redes puede observarse la presencia de relatos, aunque poco sólidos en su planteamiento, en los que se hace referencia a un origen mítico y de profunda relación con la naturaleza. Lo mismo ocurre con la referencia a un ser superior, que les cuida e indica el camino para conformar su comunidad. Se identifica una clara construcción discursiva, pues los pueblos agrícolas expresan la necesidad de recuperar los *saberes* de los antiguos pobladores. “...recuperar el conocimiento de nuestros padres mayas”,³¹ menciona una de ellas. Pero manifiestan también la vinculación casi inherente al cuidado de la naturaleza misma, “lo que la tierra será dolor para sus hijos; sus gozos y bienestar serán la dignidad de los humildes...”,³² reza otra organización en su discurso.

La relación naturaleza-hombre se complementa con la parte del dios, puesto que, a pesar de vivir en el siglo XXI, pareciera que las comunidades indígenas continúan vinculadas a una divinidad y sometidas al capricho de un ser supremo al que todavía se le

³¹ Esta organización chiapaneca se autodenomina como una organización compuesta “por comunidades indígenas de las etnias tzetzales y tzotziles”, cuenta con un total de socios de mil 700 familias productoras de café www.majomut.org, abril de 2007.

³² La organización con fuerte presencia en Oaxaca y con una amplia diversidad étnica y presencia mayoritaria zapoteca, obtuvo su certificación para exportar al extranjero en 1988. El trabajo desarrollado al interior se vincula a las Comunidades Eclesiales de Base, de la religión católica y apoyados por el obispo Arturo Lomas www.uviri.org, abril de 2007.

teme y ruega por sus bendiciones y protección a los desvalidos, una herencia muy clara de la tradición judeo-cristiana. En este sentido habremos de precisar que en varias ocasiones se escuchó la referencia a la conciencia ecológica o de cuidado a la madre. En búsqueda de esta referencia se encontró que alcanzar la “conciencia” (Limón, 1995)³³ entre los miembros de la comunidad es un objetivo que se tiene planteado, ello implica respetar la “herencia de nuestros antepasados”.³⁴

Durante una práctica exploratoria se pudo contactar a Franz Vanderhoff,³⁵ miembro fundador de la Unión de Cafetaleros Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), quien mencionó que ahora los campesinos “le tienen *menos* miedo a la naturaleza, ya *no necesitan* hacer rituales ni nada de eso”. Es importante la simbolización y sus significados, pues los mitos van más allá de las prácticas cotidianas; en ellos se encuentra una dimensión temporal que llega al comienzo de los tiempos, o bien a un periodo específico y de profunda transformación para los miembros de la comunidad. Los mitos explican las relaciones y el orden de las “cosas” en el entorno de la naturaleza; no son sólo narraciones o relatos, pues, dada la presencia temporal, se encuentran presentes en ciclos. Los mitos de un pasado deben conocerse para explicar lo que ocurre en un periodo presente determinado que afectará, sin duda, el futuro inmediato.

“Todos estos elementos fueron conformando una visión del mundo muy elaborada, al interior de la cual se desarrollaron conocimientos de gran precisión en diferentes áreas -astronomía, medicina, etcétera- una religión compleja, manejada por una clase sacerdotal que retomó los mitos y ritos existentes para reelaborarlos y legitimar su dominio en una sociedad que cada vez se torna más jerárquica” (Trueba p.56)

³³ La conciencia se identifica con la dinámica religiosa y el discurso de los católicos, ya que a través de las Comunidades Eclesiales de Base, los indígenas de diferentes regiones de México se buscaron “respuestas a los problemas más inmediatos”, así nació en 1987 Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla (ISMAM), con la crisis internacional del café y algunos desacuerdos internos algunas regiones se apartaron, así nació Coordinadora de Cafecultores de la Región de Iztacaco (OCARRET [SIC]) y posteriormente la Sociedad de Solidaridad Social Iago de Colores, en 1995.

³⁴ www.majomul.com, abril de 2007

³⁵ Elizabeth Bautista (entrevista), Dr. Francisco Vanderhoff Ixtpec, Oaxaca, diciembre de 2004.

Ejemplos más evidentes se observan en los logotipos de las organizaciones indígenas y campesinas. El análisis de estos elementos se desarrolló con mayor profundidad en el capítulo V de esta investigación, baste decir, por ahora, que en ellos se encuentran formas por demás representativas y hasta elocuentes de las relaciones comunitarias; el círculo, por ejemplo, se refiere a lo divino; lo mismo ocurre con colores como el verde, azul y café, alusión perfecta a la naturaleza y sus elementos, en detalle al agua y la tierra.

Básicamente las perspectivas estereotípicas y románticas del indígena (Bartra, 1998) son modificadas por la formación de otro ser y se ubican en un entorno similar al habitual. Si bien son agrícolas dedicados al campo, ahora, y por medio de Internet, dicen ser miembros de una organización, pues no sólo se refieren a un grupo en particular. En la gran mayoría de las páginas electrónicas se menciona una pluralidad étnica que rebasa las fronteras municipales, y se abarcan regiones mayores con alta presencia indígena donde, se asegura, además del reconocimiento político, ingresos importantes por la venta de productos orgánicos.

“... en los últimos años, muchos miembros de los pueblos étnicos han encontrado en esta condición india genérica un factor identitario abarcativo al cual recurrir para la movilización política, frente al sector étnicamente diferenciado y al que consideran su antagonista. Se está transformando así el estigmatizado concepto de indio en una apelación a la reactualización identitaria genérica, que incluso argumenta (o imagina) la existencia de una única tradición cultural compartida. Esta naciente, pero cada vez más definida, *conciencia panétnica* representa un recurso crucial para superar en el nivel político la barrera de los localismos excluyentes” (Bartolomé, p. 28)

En ese sentido nuestro estudio se vuelve relevante, toda vez que busca analizar cuáles son los elementos discursivos que manejan en los discursos los Pueblos de indígenas para formar una comunidad de productores de café orgánico y lo vendan a nivel internacional, ya que, quizá en otras ocasiones poco se tomaron en cuenta y fueron poco evidentes en una primera lectura; se mostrará, asimismo, cómo las identidades, en el marco de las TIC, ponen de manifiesto el movimiento interétnico y la diversificación económica. Aunque habrá de advertirse, igualmente, que tales identidades no son fugaces, ni diluibles en la

institucionalización, ya que son ejemplo de una propuesta que se ha adaptado y adoptado a las reglas del juego mercantil, político y cultural. En particular los productores de café orgánico que cuentan con las herramientas de las TIC responden a un momento presente de la globalización y desarrollo del capitalismo.

Los objetivos primordiales de los miembros de todas las organizaciones analizadas son la venta y posicionamiento de sus productos en el mercado global, así como procurarse mayores ingresos para el mejoramiento de su comunidad, es decir, lograr el bien común. Para ello cuentan con sistemas de crédito, apoyo bancario, capacitación técnico-administrativa y de manejo de la producción orgánica; en algunos casos disponen también de educación y difusión a través de medios como la radio y la WWW.

Dados los tiempos de las telecomunicaciones y de las formas mercantiles del sistema económico, es necesario hacer patente la superación de estereotipos que encasillan a las comunidades de acuerdo con su región y su lengua. Por suerte, la interacción entre los pueblos humanos da lugar a múltiples prácticas y experiencias que hacen más flexibles y dinámicas las identidades. De ahí el surgimiento de la presencia virtual-real de una comunidad y de sus integrantes, ya que es en los discursos de las páginas electrónicas donde se expresan como comunidad y donde se efectúan las interacciones identitarias. Pero son *comunidades virtuales* porque, en principio, se apoyan en un discurso de virtualidad que evoca el presente como primer elemento, siendo la palabra y la imagen los que sustentan *su decir*.

Un agricultor de Oaxaca o Chiapas, por ejemplo, puede ser también mercader global de los cultivos que se mencionan en la página electrónica; este comerciante de desplaza en espacios mercantiles de mayor envergadura, pues tiene la capacidad suficiente para exportar y competir en mercados mundiales y a precios preferenciales. Las transformaciones identitarias se manifiestan también a través de las relaciones entre los

miembros de la comunidad, especialmente, entre mujeres y niños "...para que nuestros pueblos y nuestra organización sean fuertes, es necesario que haya equidad de género"³⁶

Esa representación fue trastocada con el levantamiento armado chiapaneco de 1994, todos los referentes indígenas cobraron otra significación cuando, en los primeros días de enero, el folclor, tradicionalismo y presencia exótica contrastó ante las imágenes de indígenas encapuchados, armados y con una "declaración de guerra" al Ejército Mexicano (Bartra, 1998). Se da así un primer choque entre representaciones; digamos que es el resquebrajamiento en el sentido simbólico, en tanto que se da a nivel institucional; pero, sobre todo, cuando la información sobre "indígenas insurrectos" comienza a circular vía Internet. En ese momento surge otro tipo de enfrentamiento que mucho se ha discutido y acerca del cual no se desea abundar.

4. El mapa de las comunidades cafetaleras

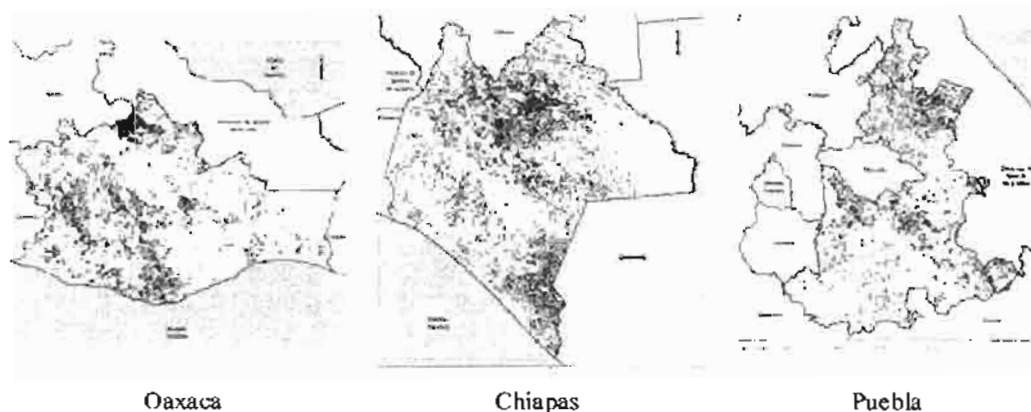
Ubicadas al sureste de México, Chiapas, Puebla y Oaxaca son estados que se reconocen por la gran diversidad cultural, étnica y de biodiversidad. Oaxaca limita al Norte con Veracruz y Puebla, al Este con Chiapas y al Oeste con Guerrero y al Sur con el océano Pacífico. En extensión territorial representa el 4.8 por ciento de la superficie nacional, y cuenta con una población de más de tres millones de personas distribuidas en los 570 municipios localizados en ocho regiones (Valles centrales, Costa, Sierra Norte, Sierra Sur, Istmo, Alto Papaloapan, Cañada y Mixteca), además los Pueblos indígenas tienen presencia en 418 municipios y la tercera parte de la población habla alguna lengua originaria. Los Pueblos indígenas que habitan Oaxaca son Amuzgos, Cuicatecos, Chatinos, Chinantecos, Chocholtecos, Chontales, Huaves, Ixcatecos, Mazatecos, Mixes, Mixtecos, Nahuas, Triquis, Zapotecos, Zoques o Tacuates, además de una etnia de origen africano. Con ellos, se concentra el 53 por ciento de la población indígena nacional, con lo cual puede ser

³⁶ www.uci2001.org.mx abril de 2007

comprensible que la mayor parte de la población se dedique a las actividades primarias. En cuanto al cultivo de tierras existe mayor arraigo en las actividades colectivas, pues el 44.1 por ciento de las tierras son de propiedad comunal, mientras el 27 por ciento son ejidales y el resto (28 por ciento) son propiedad privada (www.inegi.gob.mx).

Chiapas, por su parte, limita al Norte con Tabasco, al Este con la República de Guatemala, al Sur con el océano Pacífico, y al Oeste con los estados de Oaxaca y Veracruz. Cuenta con una extensión territorial de 74 mil 415 km², lo que representa el 3.8 de la superficie del país, además la población, mayor a los cuatro millones de personas, se distribuye en los 118 cabeceras municipales agrupadas en nueve regiones económicas (Centro, Altos, Fronteriza, Frailesca, Norte, Selva, Sierra, Soconusco, Istmo-Costa). La presencia indígena se muestra a partir de la diversidad de Pueblos como los Tzeltales, Tsotsiles, Choles, Zoques, Tojolabales, que representan el 97.4 por ciento de la población hablante de una lengua originaria (www.inegi.gob.mx). En cuanto a la producción económica, el 47.25 por ciento de la población se dedican a actividades agrícolas, pecuarias, artesanales.

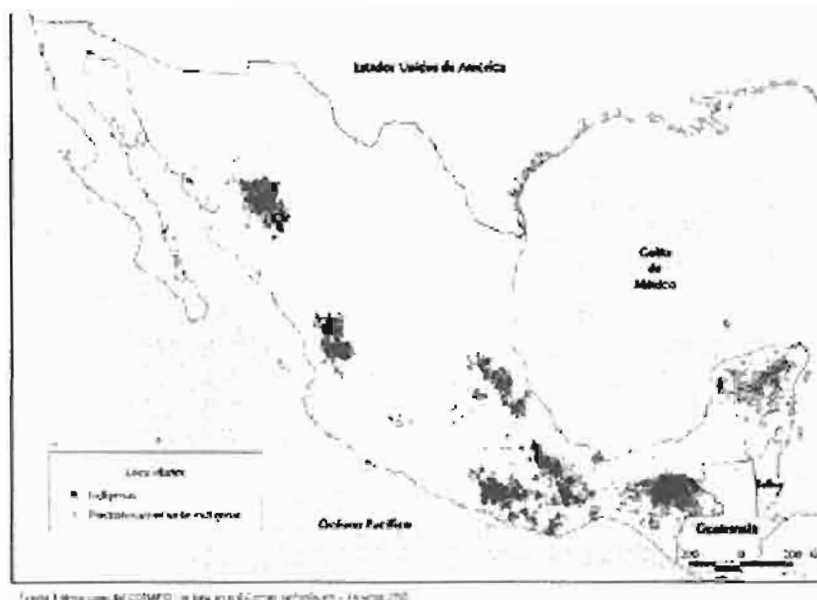
CUADRO 11. MARGINACIÓN ESTATAL.



Fuente: CONAPO, con base en datos del Censo de Población y Vivienda 2005.

En lo correspondiente a Puebla, se ubica, al norte con Veracruz e Hidalgo, al Oeste, Tlaxcala y Morelos; al Sur, con Guerrero y Oaxaca. Tiene una superficie total de 33 mil 919 km², lo cual equivale al 1,7 nacional. Los 217 municipios que lo integran se organizan de acuerdo a las cinco regiones económicas (Huauchinango, Teziutlán, Ciudad Serdán, San Pedro Cholula, Puebla, Izúcar de Matamoros y Tehuacan). La una población es cercana a los cinco millones de personas y cuenta con cinco Pueblos indígenas (Nahuas, Totonacas, Mixtecos, Popolocas y Otomíes).

CUADRO 12 DISTRIBUCIÓN DE LOCALIDADES INDÍGENAS Y PREDOMINANTEMENTE INDÍGENAS



A pesar de la riqueza humana y ecológica, las tres entidades viven con altos grados de marginación; según lo indica el índice de Marginación a Nivel Localidad 2005, ésta es una medida que permite identificar las inequidades socio-espaciales, a partir de las privaciones que se viven de acuerdo al acceso educativo (analfabetismo/educación básica), la adecuación de vivienda (agua potable, drenaje, energía eléctrica, tipo de piso y nivel de

hacinamiento), y carencia de bienes (electrodomésticos como el refrigerador). Como puede apreciarse en el cuadro 16, los mapas dejan en evidencia la marginación en las regiones cafetaleras, donde además existe una fuerte presencia de Pueblos indígenas. Los puntos ocre muestran un Muy Alto nivel marginación, mientras que los tonos naranjas, aluden a un Alto nivel, los puntos amarillos identifican a un nivel Medio. En Puebla, la parte norte donde está *Tosepan Titataniske*, con predominio de población Nahuatl es la más afectada a diferencia del sur, que tiene partes ocre aun cuando no se libra de los niveles marginación alto y medio.

Chiapas también concentra Muy Altos niveles de marginación aunque no se identifican en las zonas de predominio cafetalero, pero si en las consideradas de población con alta presencia indígena (Cuadro 17). De acuerdo con las estadísticas de CONAPO, los grupos indígenas de México son los que más aquejados por la marginación, pues esto también se muestra en Oaxaca, aunque no se muestra con la intensidad de las otras dos entidades, si existen niveles Alta y Mediana. En la zona del Istmo, donde se registra la presencia UCIRI, Yení Navan y la UCIZONI, si se mira con atención el mapa se puede notar que en el Istmo no se registra presencia indígena y tampoco se marca, en ese mismo sentido, el grado de marginación en tonos ocre.

En el caso de la población indígena, sólo utilizan el indicador lingüístico como el determinante para ubicar la identidad de los mismos. De ahí que surja la interrogante sobre cuáles son los parámetros para indicar los niveles de marginación, pues en principio sólo se limita a identificar al indígena por la cuestión lingüística y densidad poblacional.

CAPÍTULO II

TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN, SU APROPIACIÓN POR LAS COMUNIDADES INDÍGENAS CAFETALERAS

A lo largo de este capítulo trataremos de sentar las bases para la discusión en torno a la definición y usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), lo cual nos permitirá comprender las formas de apropiación de éstas como herramientas para la construcción de otras estrategias de resistencia, organización, convivencia y participación política-económica por parte de algunos productores de café orgánico, pertenecientes a diferentes Pueblos indígenas en México.

Uno de los problemas que se debieron afrontar durante la redacción del presente texto, fue determinar los límites entre lo económico y lo cultural; especialmente cuando la libre circulación de mercancías se da en un mercado desigual (Mattelart, 2001) y de competencia sostenida. Para ello se buscará respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se definen las Tecnologías de la Información y la Comunicación?
- ¿Cuál ha sido el devenir de las TIC y la relación que se guarda con las políticas de los organismos internacionales para la aplicación y gestión de estas herramientas tecnológicas?
- ¿Qué papel juegan las organizaciones no gubernamentales en la apropiación de las TIC, por parte de los productores de café orgánico en Chiapas, Oaxaca y Puebla?
- ¿De qué manera han impactado las TIC al interior de algunos pueblos de productores de café orgánico en México?

El caso de indígenas es relevante, pues en pocas ocasiones se reconoce el espíritu empresarial de éstos; por lo regular se maneja el cartabón que les sitúa como personas ligadas a la pobreza, el atraso o la magia (CDI, 2006). A lo largo de este estudio pudieron conocerse muestras del interés que priva entre los productores por aprender a comercializar sus productos y obtener mayores ingresos³⁷. Esas ideas en absoluto se contraponen a lo que les identifica como miembros de un grupo étnico con cultura propia.

Aún quedan las preguntas ¿qué tan importante es que, como colectivo social, se visibilicen con el uso de las TIC?, ¿cuál es la estrategia de resistencia entre las comunidades de cafetaleros dedicados a la producción orgánica, si se considera que en países desarrollados es un promedio menor al cinco por ciento de la población total y en países con bajo desarrollo llegan a sumar cerca del 50 por ciento³⁸.

5. Algunas definiciones de las TIC

No obstante ser un concepto de difícil ubicación histórica, diferentes organismos internacionales han coincidido en que las TIC se hallan integradas por la informática, los medios de comunicación y sistemas de (tele) comunicación en general. Cada uno de ellos tiene como principal característica el auxilio en la administración y sistematización de la información. De ahí que sea importante el desarrollo de programas y ordenadores para identificar, ordenar, almacenar, clasificar y transmitir datos. Tales acciones son necesarias para el desarrollo de la **Sociedad de la Información** (Gómez-Mont, 2005:33)³⁹, a la que

³⁷ Esto pudo observarse en entrevistas realizadas con miembros de las comunidades con influencia del EZLN (Tonina, Ocosingo, Los caracoles, municipios autónomos y de presencia del EZLN) Vista de campo en Chiapas. Diciembre de 2005 y mayo de 2006. La más reciente evidencia fue el caso de Sociedad Cooperativa Tzeltal y Tzotzil, en San Cristóbal de las Casas, quienes mencionaron la importancia por trabajar coordinadamente con otras organizaciones como UCIRI, a quien le entregan la totalidad de la cosecha con base en un adelanto y luego de la venta se hace el pago correspondiente a cada pequeño propietario. Junio de 2007. *Nota de la autora*

³⁸ www.pa.gob.mx/publica/pa070407.htm consultada en abril de 2007

³⁹ En este sentido, hablar de la Sociedad de la Información puede ubicarse en dos periodos antes y después de la llegada de Internet. El primero de ellos corresponde a la década de los ochenta y se caracteriza por la

algunos también prefieren llamar **Sociedad del Conocimiento**⁴⁰ (Sandoval, 2006), aunque eso es un error muy común.

El Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas a través del informe del Desarrollo Humano menciona que

Las TIC se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) -constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional - y por las Tecnologías de la Información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfases)⁴¹

En ese sentido puede entenderse que una de las características de las TIC no sólo es el procesamiento y transmisión de datos en periodos de tiempo cada vez más breves, sino también es la composición tecnológica de máquinas, básicamente la computadora, que es propiamente el objeto donde pueden converger numerosos medios de comunicación para fomentar una sociedad interconectada e interactiva (Díaz Nocí), además de la construcción de una economía basada en la información.

Sin ánimo de caer en ideas simples sobre la determinación a la sociedad por la tecnología, baste decir que son los procesos sociales, económicos, culturales y políticos los que motivaron las innovaciones, lo que en buena medida puede explicarse a partir de las tendencias económicas y de consumo, que son otro tema y, por tanto, habremos de dejarlo de lado, pues desviaría la atención del objetivo principal.

realización de investigaciones sobre industria cultural, políticas de comunicación y educación, referidas al área de satélites, computadoras, televisión por cable y video. En el segundo periodo surge un interés por temas relacionados con las nuevas industrias culturales, las políticas de comunicación, el análisis social y cultural dentro de un mundo globalizado”

⁴⁰ El concepto de Sociedad del Conocimiento lo acuñó en 1969 Peter Drucker. A partir de 1990 se popularizó y se usó como una propuesta distinta a Sociedad de la Información, donde la primera es un ideal que se busca alcanzar por el bien de la humanidad, pues se basa en el razonamiento de la mente humana. La Sociedad de la Información se orienta más hacia la comercialización e intercambio de datos. Sin embargo, Drucker consideró que la Sociedad del Conocimiento impulsaría la gestión empresarial. Otras perspectivas consideran que es una propuesta derivada de políticas internacionales que establecen la convivencia entre tres sectores principales: universidades, gobierno y empresas (modelo hélice), quienes tendrán como meta la producción y capitalización de conocimiento científico y tecnológico en los tres ámbitos.

⁴¹ Informe de Desarrollo Humano www.pnud.org, consultado el 8 de agosto de 2007

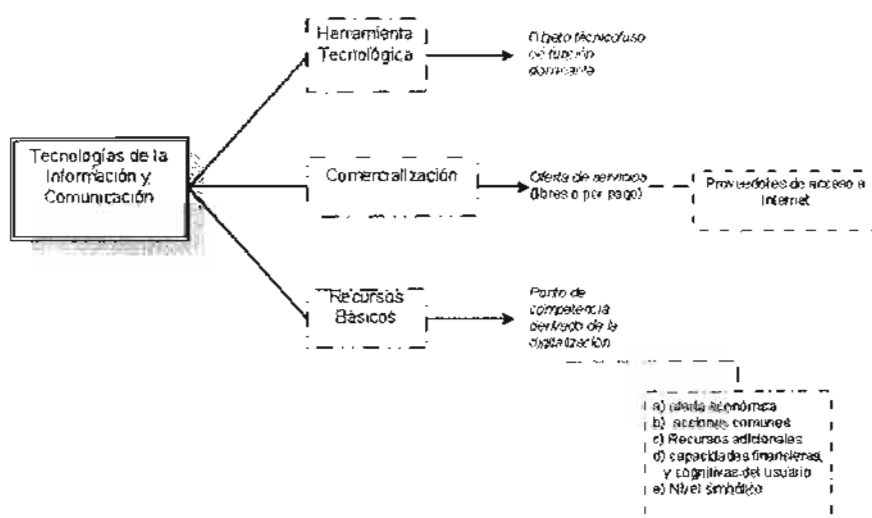
De regreso a nuestro tema, podremos decir que bajo el contexto de los sistemas de comunicación es necesario considerar –como se había mencionado antes– que la información, “no se trata sólo de la transmisión de datos” (*idem*) como parte de un esquema básico de comunicación (emisor-mensaje-receptor), según Paquienseguy existen tres vertientes donde pueden observarse dinámicas sociales que ayudan a comprender los procesos de innovación. Por una parte se encuentra la Información cotidiana y común del grueso de la población que tiene acceso a este tipo de herramientas tecnológicas. Sin duda esta es la principal convergencia e indicador de la transformación tecnológica, por ejemplo, las cámaras fotográficas cumplen con su función de fotografiar un aspecto de la realidad, pero la diferencia es que pueden enviarse vía red o se editan en el instante mismo de haberse capturado. Ahí se expresa una parte del mercado no sólo para la producción del objeto, sino porque puede tomar otras modalidades como es la venta de los datos; puede ser información noticiosa y tocar los límites del amarillismo o la nota roja. La siguiente vertiente es Información que circula entre niveles especializados y/o puestos altos en la toma de decisiones de la economía y política mundial (información privilegiada), con repercusiones en diferentes regiones mundiales. Por último, se encuentra la vertiente de la Información utilizada por agrupaciones sociales y civiles, quienes comienzan a ver y crean en las TIC, alternativas para la comunicación.

Como puede apreciarse, la información es un elemento que circula a través de las TIC, aunque en lo absoluto depende de ellas, pero puede tomar diferentes vertientes de acuerdo a las intenciones o bien usos de quien la dirija o a quién se dirijan.

Paquienseguy, añade que las TIC contienen un agregado numérico que les permite ubicarse en un nuevo linaje técnico. Esto principalmente porque carecen de una especificidad vinculada a los contenidos, de esa forma tienen tres características fundamentales, son: herramientas técnicas con una logística de conexión; luego se constituyen por servicios específicos desarrollados por los operadores (redes, multimedia, por ejemplo) y por último, contemplan el desarrollo de sistemas de información (bases de datos, fuentes de información).

La función primaria de las TIC es cubrir necesidades básicas de comunicación para intercambiar o difundir información; mientras las funciones más complejas se encuentran en la acumulación de información, la integración y complementación mediática de las propias TIC para generar una lógica de producción e información de manera individual, privada o corporativa de contenidos sufren una recomposición al llegar un número indeterminado de usuarios de las TIC.

CUADRO 13. DIMENSIONES DE LAS TIC⁴²



ELABORÓ: Elizabeth Bautista Flores

Como se muestra en el **Cuadro 13**, las TIC contienen tres dimensiones que en principio deben considerarse porque en ella se encuentran los elementos que ayudan a entender parte de la propuesta de análisis en este trabajo. En el primer caso son una Herramienta tecnológica que refiere a una función dominante, muy característica de la Sociedad de la Información. Herramientas que se promueven en un marco comercial y de

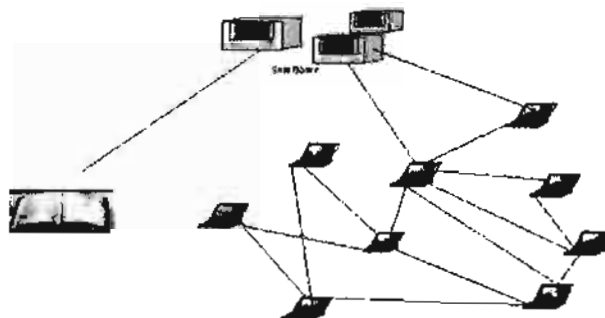
⁴² Cuadro realizado por la autora con base en el artículo de Françoise PAQUIENSÉGUY Las tecnologías de información y comunicación y sus usos hoy, constantes, cuestionamientos e hipótesis <http://www.sociedadconocimiento.unam.mx/lectura/FrancoisePaquenseguyIspanol.pdf>

consumo propio del contexto de mundialización donde la transferencia de datos se oferta como una necesidad en el usuario-consumidor de los equipos multimedia.

En segundo lugar, estas herramientas tecnológicas son básicas para una Comercialización, no sólo en la adquisición del producto, sino del entorno en el cual se encuentran. Para ello es también necesaria la participación de proveedores que permitan la mayor interactividad entre las terminales y las conexiones de las TIC y el usuario, de ahí por ejemplo la presencia de Sistemas de Información, donde la red de Internet es uno de los más grandes y complejos sistemas de conexión a nivel mundial.

Los Recursos Básicos, en tercer lugar, se integran de las competencias que se consideran en varios niveles: en principio es la oferta de las mismas TIC en el mercado tanto por precio, como por modelo, por lo que le sigue la referente a las opciones de las TIC como particulares y formas diferenciales del producto propio de una marca. En tercer sitio se encuentran los recursos adicionales que permiten personalizar y tener acceso a la TIC individual. En cuarto, se ubica en las capacidades financieras y cognitivas del usuario, las cuales se apegan a la temporalidad para el manejo del usuario (habilidades), así como a las ofertas que se tengan para sustituir y/o renovar el equipo en cuestión.

CUADRO 14. EL HIPERTEXTO EN LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN



ELABORÓ: Elizabeth Bautista F

Por último, se contempla el nivel simbólico de las representaciones del usuario, ya que éste se dimensiona a partir de la adquisición, utilidad y los usos de los usuarios. El tema de los usos y formas de apropiación de las TIC se discutirá en el punto tres del presente capítulo. Por lo tanto, las TIC tienen una interactividad de terminales, redes y servicios. Además, el contenido expresa mayor movilidad, en tanto la evolución que muestran, derivada de la portabilidad con que pueden ser desplazadas, pues se debe considerar la personalización que se hace de las TIC por parte del usuario.

Para cerrar este apartado, es necesario decir que los sistemas bajo el contexto de la Comunicación cobran nuevas arquitecturas en su diseño y organización de los datos, ya que son formas de actuar, interaccionar, a lo que se enmarca en un nuevo estilo de lecto-escritura. Es decir, del proceso de lectura del libro se incluye ahora a la lectura en otros medios, donde a diferencia de páginas y capítulos se da por conexiones y vínculos en el ciberespacio.

Mientras que para la Información obedece a formas de conectividad y de intercambio en diferentes modalidades y niveles, ya anteriormente mencionados, para la comunicación reflejan cambios en la construcción narrativa, principalmente por la manera en cómo se da cuenta o informa de algún suceso o acontecimiento, ya que ésta puede ser una mercancía, un testimonio o bien como materia prima por la cual se toman decisiones.

En ambos casos es relevante la presencia del *Hipertexto* (Díaz Noci, 2004)⁴³, ya que cuenta con otras formas de presentación de la información (palabras/imágenes/sonidos/animaciones) que a partir de “ventanas” aparecen o se remite a una conexión diferente a la que se está vinculada, ya sea un enlace o la ampliación de la información proporcionada.

Por lo tanto, la información puede entenderse como la parte central de la sociedad contemporánea, pues básicamente es resultado de la investigación productiva y racional que

⁴³ El *hipertexto* es el modo en que se escriben los documentos multimedia y los documentos en la red Internet. Fue creado por Ted Nelson en 1965, y se utilizó para describir documentos que se presentan en una computadora. Una característica es que tiene una estructura no lineal de las ideas, al contrario de la estructura lineal de los libros y las películas. Para algunos autores es parte de la conformación de una nueva retórica y lenguaje.

supone un vínculo muy estrecho con el ámbito económico, científico, social y político (Paquienséguy)⁴⁴, ello especialmente cuando se considera el proceso de innovación tecnológica, el cual tiene fuertes repercusiones en el desarrollo mediático de la comunicación.

La relación entre Información y Comunicación tiene que ver con la realización de acciones para vincular, a partir de las decisiones del Usuario-Consumidor, ya que se tiene un uso diversificado de los dispositivos de comunicación, los cuales están en relación a un efecto de durabilidad (Arendt, 2005) de la tecnología.

5.1. Un recorrido teórico sobre las TIC

Reseñar las etapas evolutivas por las que han atravesado los estudios sobre las TIC es una ardua, pero interesante labor que invita a recorrer los laberintos de innumerables perspectivas, incontables autores y una vasta gama de propuestas en torno de su desarrollo, creación, usos y efectos.

Cabe mencionar que la mayoría de los autores que se han ocupado del tema han sido especialistas en disciplinas tan diversas como la sociología, la historia, la ingeniería, la economía, la política y la filosofía. Destacan, asimismo, los últimos trabajos de investigadores con formación en el área de la comunicación, toda vez que son ellos quienes, cual pioneros, se han dado a la tarea de enfatizar la importancia de investigar, analizar y, sobre todo, difundir y discutir la problemática de las TIC. Ahora existe la posibilidad de un diálogo interdisciplinario, a fin de favorecer el entrecruzarse de los conocimientos que cada una aporta para converger y fundirse con los emanados de la propia comunicación; aún cuando bien sabido sea que, en lo concerniente a las TIC, lo mismo se dan posturas convergentes que divergentes; al igual que hay voces entusiastas, también las hay escépticas

⁴⁴ Los ejemplos más claros como parte de la vida diaria en ciertas sociedades se identifican en los avances de digitalización, transmisión y almacenamiento de datos, potencia en equipos, construcción de Sistemas de Información, uso de Internet e Internet en Banda ancha, por mencionar algunas. Consultada en abril de 2008

y críticas, pero lo fundamental es que sobre la mesa está puesto un tema que, a no dudarlo, ha propiciado la reflexión y la discusión.

Comenzaremos por ordenar algunas posiciones sobre algunos autores que se han dedicado a este tema, por un lado encontramos a LOS INTEGRADOS, pues desde finales de 1987, se aludió al uso de las computadoras y las aplicaciones multimedia, como temas relacionados más a ciencia ficción que a una inminente realidad. Desde entonces las posturas a favor de las TIC fueron amplias y variadas, por un lado se encuentran los estadounidenses quienes mantuvieron firmes su apuesta por la comercialización de los usos de las TIC. Es hasta la década de 1990, cuando la "autopista de la información" fue acuñada por Goodman (1994), otro entusiasta fue Negroponte (1995), quien simpatizó con el intercambio de información a través de redes, mismas que eran calificadas por Gates, como *El camino al futuro* de una sociedad interconectada. En cada uno de ellos es perceptible la idea de apoyo y defensa a la tecnologización. Sin embargo, habremos de considerar que si bien es fuerte el impulso al desarrollo de redes de información, en muchos países, la implementación de estas son muy pocas y su presencia aún es mínima si se considera el número de habitantes total. Por ende, al aludir a las TIC como los factores determinantes y de modificabilidad, es una muestra de la falta de perspectiva a nivel mundial.

Dichas propuestas carecen de una metodología y desproporción en la presentación de datos cuali-cuantitativos, por lo que es necesario pensar en un verdadero análisis de lo que está ocurriendo en la sociedad mundial en la fase de transición. De esto se deducen cinco versiones de la Sociedad de la Información: *Tecnológica*, de apoyo a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Toefler); *Económica*, con mirada tecnocéntrica e ideas de económicas neoliberales (Machlup); *Ocupacional*, se registra un cambio en las relaciones laborales y la fuerza ocupacional (Porat); *Espacial*, reorganización del espacio-tiempo social por los flujos informacionales sin restricción (Martín); *Cultural*, con una fuerte alianza a la perspectiva posmoderna, ya que menciona el incremento en la circulación de información aunque cuestiona la carencia de sentidos (Baudrillard).

Por otro lado, se encuentran LOS CRÍTICOS, quienes lanzan las interrogantes no sólo sobre los usos de las TIC, sino también sobre sus contenidos mismos. Aquí podemos ubicar a *El Internet imaginario*, Flichy (2001) que pone el dedo en la llaga y se pregunta si la libertad que se atribuye a la Internet es real o si sólo se está construyendo una ciber-élite. De esa forma se desmantelan mitos, utopías e ideologías en torno a la red.

Las TIC han merecido una mayor atención por parte de estudiosos latinoamericanos en diferentes áreas. Al respecto, en Latinoamérica, en general, prevalece una postura más crítica e interdisciplinaria que, ubicada en el marco de la mundialización, considera como imprescindible la participación del Estado y las políticas actuales, la normatividad institucional y transnacional, así como las formas de comunicación.

Por su parte, Gómez Mont (1991), explica que son fundamentales las aportaciones de Mattelart, Schmucler y Roncagliolo quienes, entre muchos otros, se preguntan ¿Qué hace Latinoamérica para enfrentar estas transformaciones tecnológicas?, ¿Cómo será su participación? ¿Quiénes y cuándo comenzarán a “integrarse”? ¿En qué momento desarrollará su propia propuesta?, ¿Qué tipo de dependencias tecnológicas y de conocimiento pudieran generarse?, ¿Cuáles sectores serían los más afectados y cuáles los más beneficiados? ¿Qué consecuencias podría acarrear competir en una sociedad de la información, cuando existe una amplia disparidad educativa y económica nacional? Todo ello sin perder de vista la pluralidad cultural característica del continente latinoamericano. Estas propuestas de investigación resultan novedosas, por cuanto que se busca con ellas reconocer la diversidad étnica. Es este punto en el cual se ubica el presente estudio y la perspectiva que adoptará en cuanto a los Sistemas de información.

El caso de México --con toda su diversidad cultural y étnica-- es una muestra de las disparidades que existen en el desarrollo de la Sociedad de la Información, así como el alejamiento de ciertas perspectivas teóricas como LOS INTEGRADOS, pues en principio, las condiciones geográficas impiden un desarrollo homogéneo en la implementación de las telecomunicaciones. Además, habrá de considerarse las diferencias económicas y hasta regionales en cuanto al acceso a la información. En ese sentido resulta difícil hacer

generalizaciones. Es indudable que la Internet tiene mayor tendencia al estímulo económico, mas no es lo único para lo que se utiliza. La sociedad de la información es amplia y, por ende compleja. Es necesario considerar que su fortalecimiento se deberá a la aceptabilidad social que exista entre los sujetos o grupos sociales. Ahí la importancia por la interacción no sólo para intercambiar mercancías, sino también para descubrir formas de comunicación entre las diversas culturas del mundo.

5.2. Desarrollo de políticas mundiales en las TIC

Antes de continuar, es necesario reflexionar sobre un antecedente de las TIC que ahora resulta de actualidad, no sólo porque cumple –al momento de escribir este texto– 28 años de haber sido presentado, sino también porque sus propuestas aún resuenan en muchos foros cuya temática ha sido la comunicación y la tecnología, baste citar, a manera de ejemplos, el Informe MacBride (De la Selva, 2005)⁴⁵ el cual se entregó en mayo de 1980, en París, Francia, a petición tanto de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, como de la Conferencia General de la UNESCO. Hasta ese momento hablar de una revolución tecnológica parecía aventurado.

Pese a todas esas reuniones y conferencias en las que una de las principales premisas fue que la comunicación es un derecho fundamental de individuos y colectivos, por lo que se debía garantizar a todas las comunidades y todas las naciones; los avances fueron pocos. Estados Unidos, seguido por Japón e Inglaterra, rompió las pláticas y los objetivos se truncaron, de manera que el efecto de las propuestas del Informe en pro de la construcción del Nuevo Orden para la Información y la Comunicación (NOMIC) quedó prácticamente anulado.

A pesar de las limitaciones con que se comenzó el desarrollo de la Sociedad de la Información, en poco menos de una década la inversión del Producto Interno Bruto (PIB),

⁴⁵ El Informe MacBride se conoce en México con el título *Un solo mundo. Voces múltiples, este es “un acucioso recuento del estado de la comunicación en un orden mundial”*

aportado por diferentes países como Turquía, Canadá, Portugal ha permitido un rápido desarrollo en cuanto a los avances tecnológicos, y en especial a las telecomunicaciones. El caso mexicano, puede explicarse debido al descenso por la crisis económica y política que en su momento fue conocido como “el efecto tequila”.

Desde el año 2000⁴⁶, en Latinoamérica se ha discutido el rubro de cooperación internacional con base en las TIC. De ahí se procedió a la participación en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información, que se ha realizado en dos etapas, una primera en Ginebra (2003) y otra en Túnez (2005). En cuanto a la importancia por la necesidad de implementar fórmulas de conectividad se redactó el Plan de Acción de Quito (2002), un año después, en la Declaración de Bavaro se promovieron principios para la transición a la Sociedad de la Información, en el que se incluyeron “los análisis de la gobernanza de internet, el software de código abierto en el proceso de la CMSI” (*ibidem*). Esos principios y propuestas permitieron la aplicación del Plan de Acción de la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe, (eLAC 2007), con el propósito de armonizar las metas que existen a nivel internacional con las necesidades locales de los países de Latinoamérica y el Caribe.

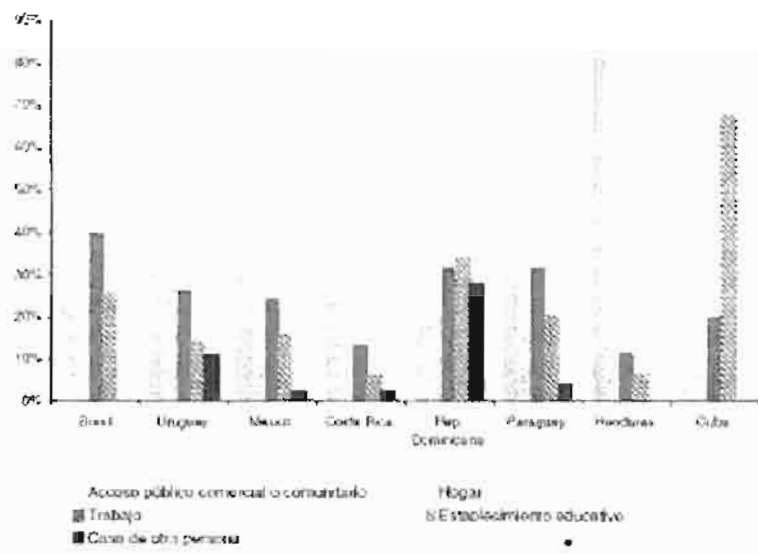
Explicado lo anterior, se puede decir, con base en el Cuadro 14, que uno de los usos más cotidianos es el referente al *acceso público o comunitario*, en países como Honduras, Uruguay, República Dominicana, México y Paraguay, a diferencia de Brasil, que tiene mayor presencia por el uso desde *el hogar* y menor en el público o comunitario. Es relevante mencionar que Cuba, por ejemplo y debido al régimen político en el que se encuentra existe una mayor presencia del *establecimiento educativo*, es decir, el Estado cubano es quien se muestra como el proveedor del servicio con fines muy específicos.

El segmento de la población donde se tienen usos compartidos o comunitarios deben diferenciarse de aquellos que son por préstamo de terceras personas, posiblemente

⁴⁶ La convocatoria fue por iniciativa del Gobierno de Brasil y la CEPAL, de esa manera se aprobó la Declaración de Florianópolis, en julio de 2000, que se dirige a los usos de las tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC) para el desarrollo. Entre los objetivos se encuentran formar una Sociedad de la Información con base en la eficiencia, equidad y sustentabilidad. <http://www.itu.int/wsis>

particulares que arriendan el equipo (*casa de otra persona*). Parece, por principio que, más allá de un problema de pobreza, pues el acceso público comercial implica un gasto, existe la estimulación de una lógica que puede entenderse bajo el sentido de comunidad donde se comparte una herramienta tecnológica sin que nadie sea el dueño exclusivo de ese objeto.

CUADRO 15. USOS MÁS CORRIENTES DE INTERNET 2005-2006⁴⁷



FUENTE: Observatorio para la sociedad de la Información en Latinoamérica y el Caribe (OSILAC), sobre la base de encuestas de hogares

Por lo anterior es necesario señalar que las TIC (comenzando por una computadora y la combinación con otros dispositivos multimediáticos o multifuncionales) y luego, la conexión al ciberespacio, pueden promover el desempeño a una amplia gama de actividades y usos de cualquier índole. De esa manera es posible evidenciar las formas en las cuales pueblos, asociaciones, organismos civiles o gubernamentales, entre muchos otros, utilizan

⁴⁷ CEPAL. *La sociedad de la información en América Latina y el Caribe: desarrollo de las tecnologías y tecnologías para el desarrollo*. (Documento abreviado). Febrero de 2008. <http://www.cepal.org/socinfo/>. Consultado en marzo de 2008

con diferentes potencialidades a estas herramientas con fines comunicativos diversos y, en ellos, se realiza un manejo de la información de manera discrecional.

Este hecho de libertad para el manejo de la información y de habilidades tecnológicas para diseñar una estrategia de comunicación se observa de manera particular—en los productores de café orgánico en México. Es decir, desde una pequeña oficina donde sólo existe el equipo de cómputo indispensable (pc, impresora y escáner), y con algunas personas (de 2 a 5, en promedio), se crean otro tipo de narrativas que circulan a través de la red de redes para decir quiénes son y a qué se dedican.

Además se encuentra con la formación de redes que fortalece la lógica de comunidad bajo la cual se dicen estar adscritos y no solo por los *saberes* que han heredado, sino por la formación de vínculos inter-comunidades que se forman a partir de conocimientos en la producción y venta de café directamente al mercado mundial. La formación de redes en comunicación y el intercambio de información ha permitido una mayor extensión en cuanto a los derechos como sujetos y ciudadanos, pero también de manera particular como productores y competidores en un mercado mundial cada vez más exigente y sometido a estándares de calidad por parte de organismos internacionales.

5.3. El desarrollo de los Sistemas de Información en México

Aclarado lo que son las TIC y su presencia en Latinoamérica y el Caribe, pasaremos a bosquejar el contexto histórico de las telecomunicaciones y su desarrollo en México, esto con el objetivo de entender cuál es la relación de las TIC con los pueblos indígenas que se dedican al cultivo del café orgánico.

La historia del siglo XX se liga al desarrollo de la tecnología en comunicación (Briggs y Bruñe, 2002) y el manejo de la información. La cantidad de datos que circuló durante la segunda mitad del siglo estimuló el hallazgo de nuevas formas de interacción, diseñó otras maneras de redactar mensajes a partir del lenguaje binario, al mismo tiempo trastocó la

lengua en muchos países: en conclusión, los avances tecnológicos implicaron la recomposición de formas para ver y vivir en el mundo

En menos de dos décadas los medios electrónicos (radio, televisión y telecomunicaciones) abrieron un sin fin de posibilidades para visualizar lo que había más allá del entorno inmediato. El uso cotidiano de estas herramientas de comunicación parecía aludir a un viaje que permitiera alejarse de la localidad para introducirse en espacios más amplios, complejos y desconocidos, como un fantasma que recorre lugares sin ser visto, aún cuando sí puede dejar rastro. Sin embargo, como parte de las paradojas del sistema capitalista, esto no se ha dado de manera simultánea ni uniforme en todo el orbe; hay quienes nunca han realizado una llamada telefónica o visto un televisor.

México trató de integrarse a la carrera tecnológica desde 1962 con actividades espaciales coordinadas por el Departamento del Espacio Exterior en el Instituto de Geofísica de la UNAM; en ese mismo año se creó, por decreto, la Comisión Nacional del Espacio Exterior. Al finalizar esa década se transmitieron vía satélite y a nivel mundial los XIX Juegos Olímpicos, desde México; para ese evento se construyó la estación terrena Tulancingo I. Doce años después se avanzó en el proyecto satelital con la estación Tulancingo II. Hasta completar, en 1984, la tercera estación ubicada en Hermosillo, Sonora. Luego siguieron los satélites Morelos I y II, en 1985.

Ninguno de estos envíos tecnológicos, por parte del gobierno mexicano, pasaron de largo para estudiosos de la comunicación. De esa manera comenzaron análisis (Gómez-Mont, 1991: 53) sobre el desarrollo tecnológico y de competencia para Latinoamérica. En 1980, Estados Unidos de América se ubicó en la supremacía en telecomunicaciones; además disponía en la red pública de casi 115 millones de líneas de acceso. En cuanto a la distribución se dice que “más de la mitad de los 50 estados contaban cada uno de ellos con más de un millón de líneas y seis superaban los cinco millones” (Idem). En comparación, las provincias canadienses contaron con la cobertura de Bell Canadá que sumaba aproximadamente seis millones de líneas, mientras que en las zonas rurales, las cifras ascendían a más de un millón de líneas por provincia o estado.

Durante el gobierno de Salinas de Gortari (1988-1994), la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), planeó aumentar la cobertura de la televisión estatal, a partir de la incorporación de los canales 11 y 22 al DF., lo mismo para los sistemas regionales de televisión también bajo el resguardo de los estados federales. De igual manera, se brindaron facilidades a la red de la televisión privada. En este periodo se pensó incorporar al Sistema Mexicano Satelital (SMS), las señales de televisión por cable que nutren a Cablevisión y que ingresan al territorio, vía microondas, por Tamaulipas.

Con Ernesto Zedillo (1994-2000)⁴⁸, buena parte de las inversiones se desarrollaron para impulsar la educación a través de las TIC, por lo que se apoyaron las actividades para la Red Satelital de Distribución de Televisión Educativa (EDUSAT), en ese periodo, además, se instalaron diez mil antenas con receptor digital a igual número de escuelas con la modalidad de tele-secundarias a nivel nacional, con especial énfasis en las zonas rurales. En el ámbito gubernamental se promovió el acceso tecnológico para los diferentes niveles (federal, estatal, local y regional), siendo el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI), el responsable de estas actividades.

Como puede observarse la presencia de las TIC fue cada vez más intensa, aunque comenzó a ser parte de una política de Estado, que tuvo un corto alcance y muy rápido resultó rebasada por las necesidades de la misma sociedad, quien de manera independiente adquirió los equipos de cómputo necesarios para sus actividades cotidianas. Esto además permitió la consolidación entre los civiles, que de forma colateral al movimiento del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), en 1994, se incluyeron muy rápido en la cotidianidad informativa y hasta de resistencia civil gracias a las alternativas y libertades que se tuvieron con el uso de la red de Internet.

Sin duda, la estrategia de comunicación por parte de los simpatizantes del EZLN fue el primer caso o, por lo menos, el más evidente que mostró el poder de comunicación y de amplitud en el manejo de la información para superar incluso la oficialidad informativa y los sesgos que algunas empresas de comunicación de México trataron de desarrollar. Con la

⁴⁸ Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 http://zedillo.presidencia.gob.mx/pages/f/arch_prog.html

Internet, el EZLN fue llevado a nuevos caminos de comunicación e información que le permitieron llegar a espacios de corte internacional.

6. Internet en México, la actualidad política.

De acuerdo con el Reporte Mundial sobre Tecnologías de la Información 2006-2007⁴⁹ del Foro Económico Mundial, que incluye a 115 economías del planeta, México fue una de las naciones latinoamericanas que mostraron avances al pasar del lugar 60 en 2004, al sitio 55 en el año 2007⁵⁰ y llegar al 2008, hasta el lugar 49. México, por otro lado, cuenta con una serie de usos de las nuevas tecnologías; de hecho, con Vicente Fox Quesada en el gobierno, se puso en marcha el programa *e-mexico*⁵¹, que pretendía promover la participación digital de diversas regiones y municipios, para con ello acelerar la incorporación de los mexicanos a la sociedad de la información (Malvido, 2004).

Si bien estos avances han logrado posicionar a México como una de las 10 naciones que han progresado en la prestación, en línea, de servicios gubernamentales, sin mencionar el décimo primer lugar que ocupa en materia de sofisticación y madurez de dichos servicios de acuerdo con el Reporte Global sobre Aptitud de e-Gobierno 2005 de la ONU (García Intriago, 2006). El reto va más allá de la tecnología y el tendido de una red digital a nivel nacional, antes de ello es necesario considerar la capacitación a la población para desarrollar una cultura digital “para que podamos interactuar con el mundo, y ya no sólo acceder al

⁴⁹ <http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Global%20Information%20Technology%20Report/index.htm>. Consultado en Marzo de 2008.

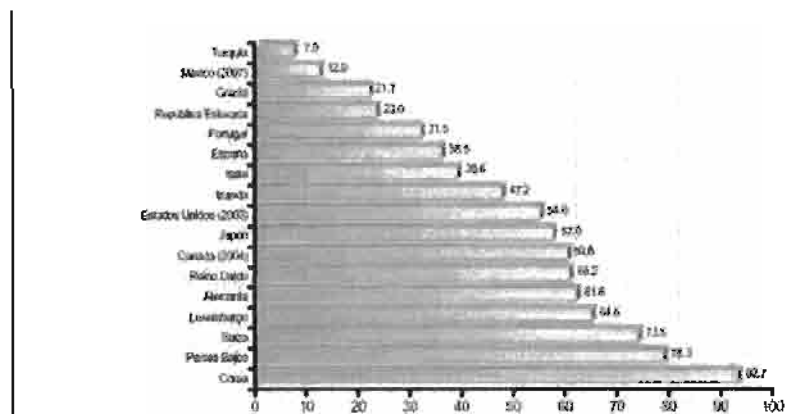
⁵⁰ Otros países que mostraron avances en ese mismo periodo son El Salvador (11 lugares mas), Colombia (cuatro lugares), Argentina (cinco) y Perú (cinco lugares mas), aunque esta alentadora tendencia se ve contrarrestada por los descensos en los rankings de países como Brasil (seis lugares menos), Costa Rica (ocho) y Guatemala (10). A excepción de Chile -señala el reporte-, la región en su conjunto debe mejorar aun mas su marco legal para el desarrollo del sector TIC, reducir las cargas administrativas, aumentar la prioridad concedida por los gobiernos a las TIC en materia de desarrollo http://www.e-mexico.gob.mx/wb2/cMc/cMex_lc256_not728_avanza_mexico

⁵¹ La administración foxista firmó un convenio de exclusividad con la empresa transnacional Microsoft para que la Administración Pública Federal realice contrataciones en Tecnologías de Información de acuerdo con la normatividad mexicana. De esa manera se procuró revertir los índices de seguridad pública, combate a la pobreza y economía competitiva con generación de empleos.

conocimiento sino también para producirlo y aprender a expresarnos con las nuevas herramientas” (:103).

CUADRO 16. PORCENTAJE DE HOGARES CON INTERNET, 2005

Países seleccionados de la OCDE



Fuente: INEGI, Enduith, 2007

La apropiación tecnológica, por lo tanto, no es cuestión de infraestructura (Gómez-Mont, 2006), sino de cultura y un poco de economía (www.inegi.gob.mx), pues ésta es la diferencia entre ser actores creativos que se apropian de las tecnologías de la información y la comunicación, o bien continuar con la dependencia tecnológica, como simples consumidores. Sin duda este es uno de los contrapuntos entre la Sociedad del Conocimiento y la Sociedad de la Información.

En lo que va del gobierno de Felipe Calderón, se tiene contemplado mantener la política de su antecesor, en especial el programa de e-mexico como parte del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012⁵² (PND), siendo en la estrategia 14.3, el principal objetivo:

⁵² Se explica que esto será parte de una política de segunda generación – implantación siendo la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la responsable de la conducción estratégica y operativa http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/Eje2_Economia_Competitiva_y_Generadora_de_Empleos/2.10_Telecomunicaciones_y_Transportes.pdf Consultado en abril de 2008

Promover el desarrollo de infraestructura tecnológica de conectividad que permita alcanzar una penetración superior al 60 % de la población consolidando el uso de la tecnología de los servicios en cualquier lugar desarrollando contenidos de interés y de alto impacto para la población⁵³

A esta política de tele-comunicaciones⁵⁴, Calderón Hinojosa contemplan las tres "C": *Cobertura, Convergencia y Competencia*. En ellas se incluye además de la telefonía, la televisión e Internet; pero también advierte la presencia de la competencia para estimular la calidad y precio accesible a los consumidores. Sin embargo, se mantiene la unidireccionalidad para introducir herramientas, pero se diluye la propuesta de formar opciones de apropiación en las diferentes regiones de México. Durante el gobierno foxista existió la mala experiencia de los Telecentros, que si bien plantearon una opción de cobertura digital, los resultados fueron negativos.

Explicamos con mayor detalle. La Comisión para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) puso en marcha el proyecto de 'Telecentros', espacios habilitados para brindar servicios de telecomunicación a los miembros de las Pueblos indígenas, con un óptimo funcionamiento y, a decir de la propia página electrónica de la CDI, se pretendió incluir a los miembros de aquellas comunidad para que acercaran a las TIC.

El proyecto de los Telecentro se amparó en el marco legal del artículo Segundo de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el que se dictamina que los Pueblos y comunidades indígenas deben contar con la posibilidad de adquirir, administrar y operar sus propios medios de comunicación.

Además de atender las necesidades locales con base en sus organizaciones, costumbres y cultura, ya que la hipótesis se sustentó en la idea de que la comunidad debía

⁵³ <http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/> Consultado en abril de 2008

⁵⁴ El pasado 31 de marzo se publicó el Programa de Licitación de Frecuencias en el Diario Oficial de la Federación, que regula la licitaciones para los interesados en ofrecer servicios de telefonía móvil con tecnología 3G (tercera generación), GSM y CDMA además de servicios de banda ancha, telefonía fija, y telefonía móvil a través de WiMax, y permite a algunas empresas de televisión por cable ofrecer servicios de triple play. Notimex // La Jornada on line, 4 de julio de 2008 <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2008/07/04/lama-calderon-a-cerrar-la-brecha-tecnologica>

participar en el diseño de los proyectos, así como las actividades para fortalecer internamente a la misma.

El proyecto Telecentros tiene como misión explorar los caminos para que los habitantes de comunidades rurales, jóvenes y mayores, hombre y mujeres, puedan lograr un acceso en condiciones de igualdad a los beneficios de las TIC's. Se trata de generar una cultura de información que promueva personas alertas a su entorno, responsables ante las demandas de la comunidad a que pertenece y con una visión de futuro que respete y promueva una perspectiva de desarrollo sustentable.⁵⁵

La creación de dichos Telecentros comunitarios obedeció al cumplimiento del Acuerdo 21 de la Conferencia Internacional Sobre Medio Ambiente y Desarrollo en Río de Janeiro, celebrada en 1992. El compromiso que ahí se contrajo fue el de ampliar la información disponible a nivel local y regional, con el propósito de ofrecer a los actores locales información que les permita analizar el desarrollo de proyectos amparados en la sustentabilidad. De esa forma, el gobierno mexicano, a través de la CDI, puso en marcha un total de siete mil 500 Centros Comunitarios Digitales orientados, en su mayoría, al área de la educación, tal es el caso de la Secretaría de Educación Pública (SEP), con 3 mil 631 y el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) con mil 875. En 1997, el gobierno mexicano puso en marcha siete Telecentros en el Distrito Federal y 16 en cabeceras municipales de los estados de México y Michoacán. El fracaso de este proyecto no tardó en llegar. Solo tres estaban operando un año más tarde en la capital, y de los dieciséis, instalados en los estados mencionados, solo tres continuaron sus operaciones a mediados de 1998.

Si bien las cifras sonaron halagadoras, de ese total, a la fecha (2008), sólo 17 están al servicio de la CDI. Los demás quedaron sin uso directo de los Pueblos indígenas, debido a diferentes motivos, el principal fue la falta de relación de estos centros con la vida cotidiana de los indígenas, posteriormente este problema de vinculación se sumó el bajo presupuesto para dar mantenimiento a los Telecentros (Proenza y Bastidas-Baruch, 2001).

⁵⁵ www.telecentros.org.mx

En suma, el proyecto de los Centros Comunitarios Digitales para los Pueblos indígenas quedó en el rezago.

Es notable que las políticas de gobierno implementadas de manera unilateral pronto tuvieron resultados negativos, principalmente porque en pocas ocasiones responden directamente a las necesidades, sugerencias y motivaciones locales para que la tecnología pueda ser parte del desarrollo en una comunidad en particular.

Es cierto, que los Pueblos indígenas —a nivel nacional— han apelado en varias ocasiones a la importancia por respetar el marco legal, para contar con la adquisición, administración y operación de sus propios medios de comunicación. Lamentablemente en ningún momento se han visto apoyadas las propuestas realizadas por diferentes Pueblos indígenas para que el gobierno federal, a través de la CDI, proporcione los espacios y recursos suficientes y necesarios para operar de forma directa e independiente diferentes medios de comunicación.

Sin embargo, pese a la negativa institucional resulta relevante el hecho de que algunos Pueblos indígenas descubren en las TIC los espacios suficientes para desarrollarse y trabajar de forma comunitaria, pues encuentran la manera de proveerse de la tecnología por otras opciones sin necesidad de apegarse a una marca o software en particular.

7. Formas de apropiación y discursividad en las TIC

Antes de continuar, es necesario precisar que el concepto de apropiación, desde el punto de vista laboral y en el contexto específico de la producción, se relaciona con la transformación. Por apropiación se entiende también el acto por el cual un sujeto hace suya “una cosa” (Toledo, 2000). En el caso de los TIC, al apropiarse de estos medios de comunicación, diversos pueblos culturales hacen suyas amplias posibilidades de difusión, información y comercialización no tan sólo para una construcción discursiva propia, muy alejada de la institucionalización, sino también para la proyección de una particular perspectiva desde la cual asumir la participación política, en principio como reivindicación

a sus derechos, pero luego como forma de vida y de vinculación con otros pueblos comunitarios del país y del extranjero. Desde la perspectiva de la comunicación, los usos de las TIC se han ampliado, diversificado y hasta modificado porque son dispositivos renovables y portables. Ello abre las posibilidades no sólo a un consumo constante, sino también permite la sustitución del objeto, y al mismo tiempo amplía el espectro para usos más diversos en contenidos y servicios.

Los usos en las TIC llevan a interrogarnos sobre las manera en cómo se traducen en espacios donde se exhiben problemáticas económicas, culturales y políticas que atraviesan a pueblos de productores de café orgánico. Aunque cabe aclarar que de ninguna manera se pretender mostrar la evolución de los usos sociales de las TIC, es en una forma más sencilla analizar los discursos que se muestran en la red de Internet por parte de los cultivadores mexicanos de café orgánico a partir de una diversidad de usos de las TIC, pero que además trastocan el espacio y la temporalidad. Estos pueden ser parte de algunos desbordamientos que les permiten a los pueblos de cafetaleros establecer conexiones cada vez más estrechas con otros pueblos de corte internacional.

Desde el punto de la comunicación, pudiera decirse en principio que se trata de formas en cómo la acción de los humanos tiene presencia en las TIC, pero además se plantea que la presencia de las TIC rebasa las tendencias mercantiles o de consumo; la adquisición de una herramienta *multimedática*⁵⁶ tiene que ver con el desarrollo de habilidades cognitivas de los usuarios, quienes cuentan en su haber la necesidad de hacer uso de ella.

Sin embargo, en el uso de los artificios producidos por el ser humano habrá que considerar que, por un lado, puede referir a *con el fin de* como parte de la cadena de medios-fines, que al conseguirse se termina el ciclo; y por el otro *en beneficio de*, de tal manera que la utilidad es un principio más allá de lo que se puede hacer con cierto instrumento, hasta alcanzar una significación mayor en el interior de un grupo.

⁵⁶ La referencia multimedática es en relación a que una TIC, puede ofrecer una diversidad de funciones, por ejemplo un teléfono celular, no sólo sirva para realizar llamadas a distancia, sino también para fotografiar, enviar datos, grabar audio o videos, escuchar señales radiofónicas y bien reproducir imágenes fijas o en movimiento.

CAPÍTULO III

¿COMUNIDADES VIRTUALES? INSERCIÓN DE LAS COMUNIDADES INDÍGENAS EN RED

Este tercer capítulo tiene como objetivo exponer los lineamientos teórico-metodológicos en los cuales se basó el análisis semiótico discursivo⁵⁷ ejercido en esta investigación y de cuyo diseño y aplicación habrá de realizarse en el siguiente capítulo. Éste tiene la sana intención de mostrar, lo más sistemáticamente posible, las formas con las que algunos pueblos indígenas están abriendo espacios para tener acceso a la construcción de “su mundo”.

Con los capítulos anteriores se tendieron líneas políticas y económicas que enmarcan la presente investigación; recordemos que el primer capítulo atendió, de manera puntual, la problemática del mercado mundial del café y la relación que aquél guarda con los productores mexicanos, principalmente indígenas de las zonas centro y sur del país. Ofreció también una amplia exposición sobre los avatares y debates que suscitan las políticas de producción en países con bajo nivel de desarrollo, según lo observan, desde su particular perspectiva, organismos internacionales que enarbolan los conceptos de sustentabilidad y cultivos orgánicos. Se reseñaron igualmente los métodos de venta y promoción de esos productos orgánicos y el lugar que ocupan las organizaciones campesinas, subrayándose

⁵⁷ El presente análisis se basa en el Modelo Actancial de A.J. Greimas, sin embargo sólo se retoman algunos elementos de este por así convenir a los objetivos de este estudio, pues se hará más énfasis en la relación Acción-Discurso del sujeto. *Nota de la autora*

que pueden verse implicadas en mecanismos homogeneizadores por las mismas tendencias financieras y políticas del mercado mundial.

Conscientes de la complejidad que implicaría inmiscuirse en las intenciones de cultivo en cada uno de los productores de café orgánico, se optó por analizar las estrategias comunicativas de algunos colectivos que se han venido conformando como *comunidades virtuales* en la red de redes. Dichas entidades, no sólo se han apropiado de las TIC y las usan de manera cotidiana, sino que la han convertido en una herramienta de comunicación a través de la cual emerge la creatividad de un discurso alterno. Construido a partir del diseño de logotipos, tal discurso se vuelve, en virtud de su estructura, en la diáfana expresión de las representaciones de indígenas con relación al mundo agrícola; se enfatiza así la relación hombre-naturaleza, con base en el discurso de la producción orgánica.

Por ende, es importante considerar que la exposición de este capítulo comenzará con la revisión teórica de conceptos como Resistencia y Discursividad, a partir de los cuales se podrá comprender la forma en cómo se construyó “el objeto” de estudio y bajo qué perspectivas se abordará.

8. Resistencia y estrategias de comunicación

Desde el punto de vista de la sociología, el movimiento indígenas implica inevitablemente luchas económicas e históricas, además de contener un fuerte arraigo agrícola; en opinión de Toledo (2000), dicho movimiento se da en tres vertientes: la primera es aquella en la que se identifican demandas por derecho a la tierra o bien al agua, se afrontan, pues, problemas de tenencia, invasión y límites territoriales; este tipo de situaciones son propias de países latinoamericanos. Le sigue después aquella en la que la preocupación es el respeto al control de los procesos productivos; a esto Toledo le denomina activismo económico. Por último, y de reciente identificación, se encuentra la vertiente ecológica en la que se incorpora el uso razonable y adecuado de los recursos naturales. En ella, dice Toledo, se promueve:

la defensa y conservación de ecosistemas y especies (bosques, lagos, manglares, ríos, arrecifes de coral), la resistencia al uso explotador por actores externos de los recursos locales o contra la contaminación industrial (incluidos los desechos nucleares) de diferentes recursos

Este tipo de actividad, bien puede considerarse una forma de resistencia que, al menos en México, comienza a tener mayor presencia sobre todo en aquellos agricultores dedicados al cultivo orgánico, ya que se hace énfasis en la aplicación de la sustentabilidad, promoción del ecoturismo, ecoartesanías y defensa de regiones que, en su opinión, pueden ser administradas por manos externas.

En el caso de la antropología, Barabas (1990) menciona que las formas de resistencia por parte de pueblos indígenas deben entenderse, en primer lugar, a la luz del aspecto socio-cultural, y para ello habrán de reconocerse los cambios suscitados en su entorno. En segundo lugar habrá de tomarse en cuenta el contexto histórico que es fundamental para entender las modificaciones generadas al interior de los pueblos en los ámbitos económico, político e incluso religioso. Las formas de resistencia indígena, dice la autora, tienen que ver con *la privación* registrada desde la conquista en las poblaciones originarias; en principio se pensó que era resultado de la anulación de la filosofía y cosmovisión religiosa; sin embargo, en estudios posteriores se encontró que se debía, en parte, a desplazamientos territoriales, ya sea por despojo a manos de pueblos político-económicos más poderosos, por la migración a lugares donde pudieran elevar su calidad de vida, o bien, por expropiaciones del Estado ante una “amenaza de autonomía comunal”.

En los años 1980, la resistencia se da a través de la conformación de organizaciones de autogestión en un intento por evitar el intermediarismo en la comercialización de las cosechas, así como para tratar de estimular el desarrollo local; sin embargo, su impacto no fue el deseado, debido a la rigidez de las estructuras político-económicas con las que el control del mercado nacional impedía la competitividad. Esto ocasionó un choque entre estructuras donde la forma tradicional comunitaria se enfrentó a un mercado a todas luces

excluyente. En ambos casos se han tenido que ajustar sus objetivos y someterse, de nuevo, a la institucionalización.

Ahora bien, por lo general las relaciones de dominación aluden a una resistencia más vinculada con la oposición y la defensa. Pero es necesario considerar que las comunidades indígenas debieron implementar otro tipo de estrategias para resistir las injusticias y discriminación por las que han atravesado y, gracias a ello, ahora cuentan con opciones cada vez más llenas de potencialidades para incluirse en esos espacios de participación. Por ello bien cabría preguntarse ¿cómo resisten aquéllos que han resistido?

Una postura es mantenerse atrás y soportar la dominación; otra, tiene que ver con la confrontación, pues se trata de una opción defensiva y, en buena medida, de una disputa por el poder: en ambos casos, como lo mencionó Barabas, ha de considerarse la participación de dos personajes. Sin embargo, en opinión de Calveiro (2003), la resistencia necesita de más participantes para lograr que las estrategias planeadas permitan realmente resistir; para ello, dice, es fundamental la conformación de redes, alianzas e intereses. A continuación se hará referencia a una tercera alternativa, propia también de la resistencia, en la que se robustece la relación entre la invisibilidad y el rehuir de los pueblos que la toman como estrategia.

Muchos análisis tienden a asimilar la resistencia a la confrontación. Sin embargo, la confrontación puede tener efectos perversos, reproduciendo e incluso potencializando las relaciones de poder preexistentes en unos casos o bien permitiéndoles adaptarse e incorporar procedimientos nuevos pero no más equitativos (p. 19)

Si bien es común referirse a la resistencia como mecanismo que parte de la posición de subordinación, también se dice que el poder lo es para obtener la dominación; sin embargo, es poco probable que se encuentre el poder en algún lugar y existan lugares para acumularlo. Al contrario, en opinión de Calveiro, el poder está por lo regular oculto, es invisible aún cuando es posible percibirlo, de manera significativa, por lo que es capaz de construir. En ese sentido, se puede decir que cualquier sujeto o colectivo puede desplazarse

e interactuar desde diferentes espacios, las relaciones asimétricas permiten una bipolaridad donde una puede negar, prohibir, castigar; mientras la otra, que es positiva, posibilita la creación de discursos en los que se entreteje la verdad y el deseo.

Este concepto de invisibilidad en el poder y la resistencia son fundamentales en el presente texto, ya que muestran la capacidad creadora, la potencialidad del sujeto al momento de interaccionar con otros y en otros espacios. Así, el poder puede ser tanto visible como invisible, pues en el mejor de los casos “hay concentraciones diferentes de poder no sólo por su intensidad, sino por su misma índole y las formas de ejercicio de cada uno.” (p 17)

Recordemos que el poder siempre encontrará a la resistencia como su contraparte, es difícil eliminar sus oposiciones, pero es esa misma resistencia la que puede optar por diferentes vectores laterales y periféricos que le permitan continuar con acciones planificadas; a futuro tendrán alguna incidencia hacia el centro del poder, en un ideal teórico puede pensarse en un descentramiento de poder. Es decir, los pueblos indígenas han puesto en práctica una resistencia de no confrontación, pues genera más violencia y se corre el riesgo de limitar sus alcances.

La resistencia, en estos términos, es una estrategia no visible y, por ende, organizada; estas dos características principales hablan de la claridad y conciencia de los colectivos sociales para evitar que se asomen las acciones y prácticas que se realizan al interior de la comunidad: esto es resultado de la plena identificación del lugar que ocupan en la estructura de poder. Incluirse en la periferia y aceptar cierta sumisión, más que evidenciar la debilidad del colectivo, muestra su capacidad de organización para coordinar acciones específicas que le lleven a estar en constante movimiento. Su objetivo, por consiguiente, es continuar invisibilizados; es decir no visibles, para construir formas discursivas, alternas.

En la relación de opuestos, la resistencia tiene mucho que aportar aún, como lo dejará ver el presente trabajo una vez que se haya analizado la importancia de esas estrategias de resistencia a través del tiempo y del espacio y, más ahora que, en los albores del siglo XXI, se dispone de las TIC, como una opción más para tener el poder, ese poder, con carga

positiva, que revela una capacidad y tiene como núcleo la creatividad: poder hacer-poder crear (Arendt, 2006).

8.1. Discursividad y formas narrativas en las TIC

Si se entiende la acción -dice Arendt- como comienzo, puede referirse al mismo nacimiento, como realización “de la condición humana”, por lo que entonces el discurso se vincula a la distinción y ésta a su vez a la misma condición humana, pero desde la pluralidad, “ser distinto y único entre iguales” (2006)

Este halo de vida es lo que marca y permite que los actos, derivados de las decisiones conlleven las palabras para estimular la interacción de aquellos con los que se desea compartir.

La existencia de la dualidad entre el Discurso y la Acción que necesitan los seres humanos para entenderse se explica mejor por la relación del carácter de igualdad y distinción desarrollada por Arendt (2006), quien menciona que la alteridad y la distinción son diferentes, ya que la primera refiere a la pluralidad y puede encontrarse en la multiplicación inorgánica de los objetos, mientras que la distinción se ocupa de las variaciones entre los de una misma especie. Siendo el ser humano aquel capaz de distinguirse y comunicar su propio yo. En todo caso el ser humano puede tener su alteridad en relación con todo aquello que le rodea, el mundo, y el mismo universo; por otro lado, se marca la distinción humana por aquello que comparte con todo lo vivo, que lo convierte en lo único y parte de la pluralidad humana.

Por lo tanto, entre la Acción y el Discurso se encuentra la identidad de las personas, aunque aclara, Arendt, que la identidad física se obtiene a través de la corporalidad y la sonoridad de la voz, en ello puede omitirse la actividad del ser humano. De cualquier forma, la presencia del “Quién” es la contraparte del “Qué”, con lo que se evidencia a un “alguien” que “dice y hace”. En caso de optar por el silencio y la pasividad se pasa a un plano de ocultamiento, que al momento de revelarse expresan sus cualidades y su “quien”, aunque

ello se da de manera involuntaria, así se expresa aquello que le distingue de los demás y es único.

Esta aportación de Arendt permite pensar en estrategias de resistencia, muy específicas cuando puede observarse que el silencio es también parte de la acción y una decisión que implica el hacer. Tal parece que en el caso que nos ocupa, los productores de café orgánico de Chiapas, Oaxaca y Puebla, apelaron al silencio de forma conciente, pero con las posibilidades que se han encontrado en los usos de las TIC, hallan opciones para rebasar ese ocultamiento al grado de mostrarse y decir “quiénes son”, “qué hace” y “cuáles son las cualidades” que les distinguen de los demás productores de café, no sólo en México, sino a nivel mundial. Ahí de nuevo la importancia del tema de la resistencia y algunas de sus expresiones en los pueblos indígenas de México.

Cabe agregar que en ese proceso de la revelación, políticamente, Arendt, ubica a la acción dentro de la esfera de lo público. La palabra es sólo un medio que corre el riesgo de banalizarse, sin embargo, es en la acción, en el acto mismo donde se dan las revelaciones más importantes de permiten realizarse al “quién” y con ello descubrir la distinción del humano.

La acción sin un nombre, un ((quién)) unido a ella carece de significados, mientras que una obra de arte mantiene su pertinencia conozcamos o no el nombre del artista
(210)

Por otro lado, la intangibilidad del “quién” habla puede resultar desconcertante al momento de hacer referencia verbal a ese “quién” y por tanto se corre el riesgo de limitar o incluso eliminar la unicidad que anteriormente se había logrado, pues la referencia de “quién”, lleva a pensar en “qué” es ese humano. En medio de este vaivén filosófico, se puede comprender cómo las acciones y los discursos son parte de los intereses que se manifiestan entre las personas para objetivar la realidad, pero que a pesar de ser invisibles, se pueden referir gracias a las palabras y con ello pueden entenderse las relaciones

humanas. Arendt, la denomina ((trama)) de las relaciones humanas bajo la metáfora de la intangibilidad.

En la trama de las relaciones humanas se ubica la producción de historias de una manera natural, de forma similar a la producción de objetos

esas historias pueden registrarse en documentos y monumentos, pueden ser visibles en objetos de uso y obras de arte, pueden contarse y volverse a contar y trabajarse en toda clase de material. Por sí mismas, en sí viva realidad, son de naturaleza diferente por completo a estas reificaciones. Nos hablan mas sobre sus individuos, el ((héroe)) en el centro de cada historia, que cualquier producto salido de las manos humanas lo hace sobre el maestro que lo produjo y, sin embargo, no son productos propiamente hablando. Aunque todo el mundo comienza su vida insertándose en el mundo humano mediante la acción y el discurso, nadie es autor o productor de la historia de su propia vida. Alguien la comenzo y es su protagonista en el doble sentido de la palabra, o sea su actor y paciente, pero nadie es su autor (213)

Arendt critica la idea del autor invisible, ya que no corresponde a una experiencia real. Menciona que toda historia establece su diferencia a partir de la realidad y la ficción, siendo ésta última una producción intencional mientras que la primera carece de autor en tanto se está viviendo y lo que es mejor, no se ha hecho. El protagonista de la historia real es invisible por tanto y se mueve en la intangibilidad, sólo pasa a ser tangible ese “quien” en tanto se transporte entre la diada de la acción y el discurso, lugar donde se amparan las “identidades intangibles”.

Este punto de relación entre los personajes, la experiencia, y los discursos se muestran como los ejes relevantes para realizar el análisis que se propone en el presente trabajo, pues es preciso recordar que habremos de analizar la forma en la cuál se construyen los discursos por parte de los pueblos indígenas dedicados al cultivo de café en la modalidad orgánica y bajo las políticas de sustentabilidad.

En ese sentido es necesario considerar el aporte proporcionado por Arendt (2005), quien menciona que tanto el Discurso como la Acción (referencia al hablar y al actuar), son dos elementos políticos que necesita el ser humano para, en primer lugar, insertarse en el mundo humano pero además, este es el segundo, son necesarios para entenderse, pues

“muestran quiénes son, revelan activamente su única y personal identidad” (:208). En medio de ambos, añade Arendt, hay un punto de relación y unión, de donde se desprenden dos segmentos, pues las palabras y los hechos (como parte mínima de expresión), se refieren a “una realidad mundana” y objetiva, así como a *en medio de* cuando esas palabras y hecho necesitan de otros objetos para hacerse comprensibles y solidificarse en el pensamiento.

Tanto el Discurso como la Acción, al necesitar uno de la presencia del otro, crean un espacio de aparición, es decir, el protagonista se “aparece” ante los demás y éstos ante mí; de igual manera necesitan un tiempo específicos, pues a fin de cuentas el Discurso y la Acción es una dualidad que tiene como eje al Poder, como ya se mencionó en el anterior capítulo, que permite crear nuevas realidades al momento de usar la palabra y actuar en consecuencia. De esta manera podemos entender que es el Poder el que mantiene en buena medida unida a la comunidad, más allá de la organización y los objetivos que ésta se haya planteado.

Esta última aportación resulta ser la más nutritiva para la presente investigación, por lo que en adelante se considerarán las aportaciones de Arendt como conceptos que ayuden a revelar la importancia discursiva de los miembros indígenas productores de café orgánico en México, pues este tipo de discurso es el que interesa analizar para comprender la forma en la cual se están evidenciando nuevas formas de presencias a través de las TIC.

Además recordemos que en la forma discursiva donde las acciones de los productores de café para el cultivo y venta de sus productos, se enmarca en una narrativa con profundas intenciones para estimular la idea de la comunidad, como una característica primordial de los pueblos indígenas y en la que, resulta atractivo, encontrar a los indígenas. Por ello es necesario pasar a la discusión sobre este concepto y la manera en la cual se abordará en las siguientes páginas.

Barabas tiene razón, en parte, al afirmar que la religiosidad es uno de los espacios de refugio con el que los indígenas cuentan para resistir, pues como opina Calveiro, en la religiosidad se ubica el escape donde se alcanzan a percibir los susurros y se guarda

silencio por aquellos que desean no olvidar, pero que están impedidos a decir, a denunciar y a crear discursos. Lo indecible, aquello que se calla, bien puede quedar en el marco del silencio, pues habrá de recordar que éste es parte de la comunicación y el silencio suele ser más fuerte que la misma voz. El silencio referirá al recuerdo de lo pasado, lo vivido.

Otras figuras claves en el desarrollo de la resistencia son la memoria y el tiempo, las cuales se acogen a la comunicación para tratar de reestructurar el pasado y fincar algunas posibilidades para lo que se espera en el futuro. Una manera de dar sentido a lo vivido y evitar el olvido es la creación de narraciones, relatos, discursos que permitan explicar el presente, lo que se es ahora. Pero también puede ayudar a formar espacios para el futuro, donde se puedan después se puedan recordar aquellos que han partido. Se fijan así posturas sobre lo que cada colectivo tiene como verdad (hoy) y espera que se realice (mañana). Este tipo de estrategia es de largo plazo y tiene como propósito, según Calveiro, reivindicar y legitimar la resistencia de un grupo minoritario.

Una vez explicadas las características de la resistencia, las relaciones de oposición y la dimensión temporal, es momento de abordar la dimensión espacial de la resistencia. Para ello es necesario considerar que cuando se habla de dominación, es común pensar en una región o territorio en el cual se registra la sumisión de un grupo; en este caso, el encierro es la principal característica de dominación, los límites son rigurosamente marcados y deberán respetarse. Entre esos límites se encuentra nuevamente la comunicación; en este otro caso, el borde principal es el silencio, pues con él se pretende impedir decir algo, se calla porque se impone una sola voz; al mostrarse un discurso hegemónico se cancela la voluntad del otro que tampoco tiene opción para colaborar y realizar actividades más allá de lo solicitado. Evidentemente es una actitud muy pasiva de aquellos que se someten al dominio, pues aceptan el papel de sumisión, con lo cual se puede generar menos violencia.

En el caso que nos ocupa, un factor diferencial y de enorme cambio en los movimientos de resistencia de indígenas en México lo constituyen las TIC. En primer lugar, les permite romper los espacios en los cuales pueden quedar confinados, es decir, que las comunidades de productores cafetaleros no se ubican en una sola región, se encuentran

dispersos por el mundo y en México, en varios estados de la república; además son miembros dedicados a los quehaceres del campo e integran organizaciones transnacionales que tienen en mente un objetivo común. Así, el ciberespacio se muestra como un territorio de resistencia, que no se limita a una región o entidad federativa. La red, si bien puede ser movable pues rebasa las fronteras establecidas y, con ello, los controles territoriales son superados en cuanto a la limitación en el silencio. No hay fronteras ni límites de marginación para el decir y expresar lo que se decida decir de sí mismos.

Las TIC potencializan esas opciones para resarcir las limitaciones que habían tenido desde hace décadas. El trabajo colectivo puede aprovecharse para continuar con la creación discursiva y con la integración de un pasado que estuvo controlado e institucionalizado. Ahora son los miembros de esos colectivos los que dan una muestra de los discursos que pueden llenarse de verdades, al menos dentro de su misma comunidad

8.2 Temporalidad y memoria en las representaciones agrícolas

Los seres humanos hemos aprendido a vivir en los marcos del espacio y el tiempo. Dejar el reloj de pulso en casa es como quitarse la presión por llegar o permanecer en un lugar. Pareciera que en estos años la eternidad se desvanece. Algunos teóricos, como Giddens, mencionan que las actividades sociales, donde se incluye el tiempo y el espacio, se han visto rebasadas por los medios electrónicos.

A través del tiempo es que se entrañan las diferencias. Marcan la modificabilidad de las valoraciones sociales y, por supuesto, las identidades, a este respecto Luhmann (1996) menciona que

el presente aparece como el punto de vista del observador, que observa el tiempo con ayuda de la diferenciación de pasado y futuro. Esa es la razón por la que su propio observar es catalogado como el tercero excluido. El presente en sí mismo es, si esquematizamos el tiempo de ese modo, la invisibilidad del tiempo, la noobservación del observar. Todo esto en nada modifica el siguiente principio: si se observa el tiempo con ayuda de la diferenciación de pasado y futuro, el presente es la

mancha ciega de este observar, el «en todo lugar y en ninguno» de este concepto de tiempo (165)

Otra de las perspectivas de mayor interés en este trabajo es la propuesta por Ricoeur, quien menciona la identidad en una dualidad que es transversal a la memoria, a las heridas, a la forma en la cual se recuerda y se construye la identidad colectiva e individual. Sin ánimos de llegar a un análisis psicoanalítico, el presente apartado se avocará a hacer una referencia a la importancia de la temporalidad con base en la memoria, al seguir la obra del filósofo francés, para comprender mejor el análisis discursivo de las páginas electrónicas seleccionadas. En el sentido básico es la presencia de lo que se denomina una *memoria manipulada* (Ricoeur, 2004), ya que reivindica a sólo una parte y justifica la violencia sobre otros pueblos que han quedado dominados. De esa manera se reivindican ciertas identidades, pero también responden a un factor que es la ideología, tema que abordaremos más adelante.

Como ya se mencionó en el capítulo primero, la construcción para un Estado-Nación deriva de un proceso de violencia, debido a la hegemonía de un grupo más poderoso que construye límites territoriales y da fundamento al Estado, pero es relevante subrayar que todos los actos realizados por aquel grupo dominante deberán ser legitimados y formarán parte de una relación entre la historia y la violencia. De ahí la bipolaridad de los dominantes y dominados. Para el caso particular, es la importancia por referir a los colonizados y los colonizadores, como ocurre con los Pueblos indígenas, por ejemplo. Por ello Ricoeur requiere hacer un recuento de la fragilidad de la identidad, no sólo entre las que dominan, sino también las que buscan la reivindicación por estar en una posición de dominio o sujeción a un poder superior.

La primera fragilidad de la identidad, según Ricoeur, es la relación con el tiempo, pues recurre a la memoria con vinculación al presente y su retrospectiva al pasado lo mismo que la proyección al futuro. Con un buen ejemplo, puede entenderse entre lo que seré (promesa-futuro) y lo que soy (rigidez-presente); la segunda fragilidad, se refiere a “una confrontación con el otro sentida como una amenaza”, esta tensión puede llevar a la

formación de estereotipos y tensas formas de relación con otros pueblos. Si bien la ideología tiende a legitimar el poder y la autoridad, según Ricoeur, es también un elemento que radicaliza la integración comunitaria, a través de mediaciones simbólicas, donde se encuentra la acción la cual tiene que ver con las formas narrativas donde evidentemente se incorpora la identidad. Es decir, el elemento ideológico más profundo se encuentra en la narrativa, pues en ella se describen los protagonistas en acción. Es el presente de la historia, de quienes decidieron actuar y superaron barreras.

La memoria, por tanto, puede ser impuesta y validada como parte de la historia oficial con el objetivo de crear una identidad común, que da pie a la cohesión del Estado-nación. La historia puede ser enseñada, aprendida, pero también historia festejada, según Ricoeur (*idem*); pero lo peligroso en ello es el pacto entre la rememoración, memorización y conmemoración, pues en buena medida, todo ello depende de las perspectivas y los actores que se encuentren involucrados. Dicha triada inmediatamente refiere a la ética y la moral puede haber intersecciones con lo justo y la memoria, esto por cuánto es justo recordar a través del otro y que, ese mismo es distinto a uno. En el terreno de lo justo se cimienta una forma de narración distinta a la acostumbrada, a la historia oficial. Las narraciones que surgen en esos contextos de reivindicación, se amparan en el punto de saldar, con justicia, una deuda para aquellos que habían quedado en silencio, pues se debe reconocer la herencia oculta, que aún existe; más enfatiza Ricoeur eso no es por culpa de los otros es, en el mejor de los casos, por la responsabilidad de retomar aquello olvidado y reincorporarlo como parte de la memoria.

Sin embargo, no es el objetivo hablar de filosofía, sino de semiótica discursiva que permita analizar un caso particular como son las narraciones expresadas en páginas electrónicas por parte de productores de café orgánico. Bajo ese marco, es importante considerar que hasta aquí es evidente la relación que se guarda entre la Acción y el Discurso como la base de una composición directa del sujeto político como son los productores de café que a través de las TIC pueden re-construir parte de su historia, como organización, pero también se construyen discursivamente como actores políticos.

Por lo tanto, la estrategia seguida en este proceso fue con base en las acciones discursivas, por lo cual en el siguiente apartado se explicará con mayor detalle el proceso metodológico y de uso de técnicas de investigación que permitieron hacer el acercamiento y delimitación del objeto de estudio, a fin de integrar con solidez el *corpus* analítico, integrado por once páginas electrónicas.

9. El acercamiento a las comunidades de productores de café

De 2003 a 2007 se realizaron dos prácticas de campo en Oaxaca y Chiapas, respectivamente, cada una con carácter exploratorio. La primera se llevó a cabo del 28 de diciembre de 2003 al 8 de enero de 2004, en ese lapso se visitaron algunas comunidades de producción cafetalera del Istmo de Tehuantepec.

En el primer caso, se trató de buscar, rastrear y ubicar lugares, personas y actividades según lo señalado en las páginas electrónicas que desde meses antes se habían seleccionado. Durante este periodo se localizaron las oficinas de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), en Ciudad Ixtepec, misma que es la sede de otros establecimientos comerciales donde indígenas zapotecos y mixes, principalmente, se dedican a la producción de artículos textiles, así como a la venta y distribución de café. En ese lugar se entablaron contactos que podrían ser de utilidad en un futuro próximo.

En Ixtepec se ubicó, en la Cafetería UCIRI, a Francisco Vanderhoff, uno de los fundadores de la organización, con quien se sostuvo una conversación en torno de las actividades que realiza desde su llegada a la comunidad en los años 1980. Los temas básicos tratados, en una oficina comunitaria donde se encontraban cajas con papeles, libros, cuadros, fueron el trabajo comunitario de los cafecultores, la comercialización del café en el extranjero, los beneficios para los miembros, los archivos que retoman la filosofía de la naturaleza y la producción de artículos de origen orgánico, así como su relación con otros organismos nacionales y extranjeros; la organización y formación no sólo de la base, sino

de las decisiones tomadas al respecto, en especial para evitar la presencia de lo que él llamó factores de contaminación.

Cabe mencionar que en Ciudad Ixtepéc perteneciente al Distrito de Juchitán, el grupo dominante es el zapoteca, de suerte que la lengua indígena de mayor presencia es la de ese grupo; el índice de pobreza se considera medio, al tiempo que las autoridades locales se designan por elección democrática de partidos políticos. En su interior manifiesta una vida urbana que dispone de una amplia red de comunicaciones (férreas, carreteras y de telefonía). Un fenómeno interesante, que se comentó en pláticas informales y que se relacionan con el ferrocarril, es la migración de centroamericanos que, según relatos, son “pescados en racimos por las camionetas de la migra”, se los llevan, dicen, y “nadie sabe a dónde quedan” (Bautista, 2003). Hay incluso testimonios muy crudos del *exagerado* uso de la violencia para detenerlos, o del abuso hacia las mujeres que intentan viajar al norte del país.

A decir de algunos miembros de la comunidad, hombres de entre los 50 y 60 años, los cultivos se ubican en los *ranchos*, es decir, en extensiones mínimas de tres hectáreas, aún cuando no se especificó a cuánto ascienden las máximas. Algunos compraron sus tierras, otros las recibieron en herencia de sus padres, como los ejidos. Los *ranchos* se localizan en la llamada Sierra Mixe, donde hay cultivos de frijol, axiote, maíz, café, etc., algunos reciben, como apoyo del gobierno, 900 pesos anuales por hectárea sembrada; es de subrayarse que la mayoría de los agricultores son miembros activos de alguna organización.

San Juan Guichicovi también pertenece al Distrito de Juchitán, aunque el grueso de su población es Mixe, existe una amplia presencia zapoteca; si bien se considera oficialmente una zona de alta marginación, tiene carreteras de doble sentido y asfaltadas, calles limpias y rodeadas de árboles; a diferencia de las comunidades anteriores, el templo católico es uno de las más vetustos y entre las ruinas se celebran oficios religiosos, carece de techumbre y pareciera que de las paredes brotara la época de los primeros misioneros.

Por su parte, en el Distrito de Tehuantepec, se ubican Guevea de Humboldt (5,610 habitantes) y Santa María Guienagati (3,021 habitantes), dos municipios también con una

muy numerosa presencia zapoteca: la organización política, en ambos casos, se rige por el principio de los usos y las costumbres. En Guevea de Humboldt, de acuerdo con cifras oficiales, existe un alto grado de marginación.

Durante la segunda visita de trabajo de campo a Oaxaca (del 17 de diciembre de 2004 al 2 de enero de 2005), se llevaron a cabo actividades en la capital del estado, completándose la búsqueda de material bibliográfico, al tiempo que se establecieron contactos con profesores e investigadores de varias instituciones académicas, especialistas en el tema de producción orgánica.

En otra salida a Chiapas (del 25 de diciembre de 2005 al 8 de enero de 2006), se efectuaron diversas entrevistas de corte periodístico en Ocosingo, Toniná, Cinco Lagos y Tziscaco. Se visitó, además, El Colegio de la Frontera Sur, en San Cristóbal de las Casas, de donde se obtuvo información sobre los procesos de *sustentabilidad* en la zona y formas de organización de las comunidades indígenas locales. En ese ejercicio de documentación resultó evidente la abundancia de estudios sobre la producción de café orgánico desde las perspectivas biológicas; observándose, sin embargo, una notoria escasez de información sobre los medios de comunicación o bien en análisis desde un punto de vista de político, pues ambas temáticas estuvieron ausentes en las bases de datos de ese Centro de Investigación.

Por último, se realizó una visita más en junio de 2007 para entrevistar a algunos miembros de comunidades cafetaleras; estuvimos, así, en Pantelhó, San Cristóbal de las Casas y Comitán logrando conversar con miembros de organizaciones como la **Unión de Ejidos y Comunidades de Cafeticultores del Beneficio Majomut** y de la **Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal-Tzotzil SCL**.

Cabe mencionar que todas las entrevistas realizadas en estos años fueron recopiladas bajo el carácter periodístico y no etnográfico, por lo que los datos obtenidos sólo se usaron como apoyo para el análisis de las páginas electrónicas. Los indígenas y personas con las cuales se tuvo la oportunidad de conversar en Oaxaca y Chiapas expresaron resistencia a que fuesen grabadas sus opiniones, la mayoría de ellas aceptaron hablar bajo la condición

de que se omitieran sus nombres en el presente estudio, ya que si bien se cuenta con ellos, sólo se hace referencia a estos encuentros para consolidar la argumentación del presente estudio, y en especial, porque el mismo es una investigación de comunicación no antropológico, para el cual se necesitarían otros parámetros y marcos teóricos distintos.

10. Búsqueda, selección y conformación del cuerpo analítico

Las comunidades de productores cafetaleros tienen mayor presencia en estados como Chiapas, Oaxaca, a pesar de que ninguna de las dos entidades cuenta con una amplia cobertura en los SI. El caso de Puebla sólo se retoma un caso, pues resulta interesante por el trabajo realizado al interior de la comunidad, así como el desarrollo de una estrategia comunicativa con base en el uso del ciberespacio. Es justo mencionar que el rastreo de información sobre la historia de los cultivos, en entidades como Chiapas y Oaxaca, resultó fructífero, pues se trata de un fenómeno muy estudiado por institucionales académicas nacionales y extranjeras, pero desde el punto de vista biológico o de formas y alternativas de producción. Además, diferentes disciplinas se han mostrado interesadas en lo referente a perspectivas de cuidado en la calidad de la plantación y la cereza. Así pues, es frecuente encontrar puntos de vista emitidos por la biología y la sociología, principalmente. En contraste a todo esto, en Puebla es sumamente escaso el seguimiento analítico que se da al café y a sus productores.

La búsqueda de páginas electrónicas concluyó una vez que en ninguno de los dos buscadores se encontraron más opciones con las características mencionadas. Posteriormente se construyeron los indicadores que habrían de permitir hacer el análisis; éstos fueron: adscripción indígena, presencia de comunidad, formas de trabajo, distribución de actividades, proyectos, narrativa (genealogía), discurso étnico, comercialización y venta de productos en el extranjero.

De ellos se desprendieron otros indicadores que ayudaron a construir con mayor solidez la parte correspondiente a la problemática que cubre a la *comunidad* y por la cual se

justifica esta forma de organización como prácticamente la única posibilidad para enfrentar lo que se tiene por vencer, lo que fundamenta las acciones en cada *comunidad virtual*. Así se obtienen los siguientes elementos:

- A. Territorio
- B. Mitos
- C. Tecnología
- D. Comunicación. Personal de manejo de TIC/ Diseñadores de páginas

Esto se tradujo en preguntas que se incluyeron como parte de las entrevistas en temáticas sobre:

1. Venta de los productos para obtener mayores ingresos en beneficio de la comunidad,
2. Lucha contra el intermediarismo y acaparadores,
3. Autosuficiencia alimentaria,
4. Conservación del ambiente.

De igual manera se tienen las unidades de análisis, en principio, cubiertas por las siguientes características:

- a) auto-denominación de la organización (indígena);
- b) diversidad étnica,
- c) representación en regiones de una misma entidad,
- d) posicionamiento de sus productos y formas de contacto para venta vía electrónica;
- e) administración de una página electrónica como medio de información;
- f) exposición de objetivos de lucha y resistencia hacia un modelo económico y de consumo;
- g) referencia a la importancia de protección a la naturaleza y/o se reconocen como herederos de un conocimiento que deben divulgar y conservar, dada la relación ser humano-naturaleza.

Atendido este nuevo planteamiento no fue difícil identificar la construcción de un discurso agrícola que hace referencia a la dualidad *ser humano-naturaleza*, con lo que

también se justifica la producción orgánica en países del tercer mundo. Aquí se inserta una de las principales interrogantes que motivó la realización de esta investigación para saber ¿qué elementos se utilizan para crear *comunidades virtuales*?

Baste aclarar que para hallar la respuesta se emprendió una búsqueda con la que se pretendía encontrar aquellos elementos que, habiendo expresado su identidad, resultaran contundentemente reveladores de una propuesta *filosófica* o pensamiento de los Pueblos indígenas; de entre los elementos identificados pueden mencionarse: la tierra, el trabajo comunitario, la presencia de los antepasados, la relación con la naturaleza, la defensa de la cultura y de la lengua, así como muy variados estereotipos del “mundo indígena”.

10.1. Selección de las páginas de Internet

En este apartado se analizará el método utilizado para esta investigación fundamentando, por una parte, en el análisis del discurso construido en páginas electrónicas y complementar, por la otra, con entrevistas de corte periodístico⁵⁸ a miembros de algunas organizaciones asentadas en diferentes zonas cafetaleras, los cuales fueron identificados y seleccionados de entre las páginas electrónicas de la red.

De esto se desprendieron algunas interrogantes al momento de comenzar cada uno de los viajes a las diferentes zonas cafetaleras elegidas en un principio. Por ejemplo, ¿qué tipo de TIC utilizaban para realizar las páginas electrónicas? ¿Cuál era el lugar de acceso o bien el servidor al que se conectaban para trabajar o diseñar la página electrónica?, ¿quiénes eran los responsables de diseñar, redactar y/o administrar la página electrónica? ¿Cómo se organizaban en cuanto al acceso de las TIC para que ésta fuera una parte de la formación educativa entre los miembros de la comunidad?

La selección definitiva de las páginas electrónicas se efectuó en un solo periodo (abril de 2007), a fin de homologar pero también identificar los criterios en cuanto a la

⁵⁸ Debido a la formación profesional se recurrió a esta técnica, pues en el trabajo reporterosil requiere de cuatro etapas: preparación, realización, examen de datos y redacción.

administración y actualización informativa, por parte de los productores de café. Puede ser en ocasiones que no se haya realizado ningún cambio en varios meses o incluido mayores datos en menos un mes.

Para ello fueron utilizados *Google*⁵⁹, que es considerado un motor de búsqueda, pues tiene por objeto detectar información específica por medio del uso de palabras o combinaciones de éstas. Por otro lado, también se utilizó el repertorio de búsqueda⁶⁰ *Yahoo*⁶¹. A lo largo del planteamiento de la investigación hubo de hacer cambios y ajustes con base en los objetivos propuestos, ya que la presencia de Pueblos indígenas o comunidades étnicas en la Internet es muy vasta. Por ejemplo, al incluir la temática indígena en *Yahoo*, el número promedio de resultados fueron de cinco mil, entre páginas gubernamentales, artículos, organizaciones civiles, por mencionar algunas. El número disminuye considerablemente en *Google*, casi mil 500, pero la diferencia es que muestra una serie de combinaciones de manera alterna, a fin de que el usuario pueda optar por más posibilidades.

Esto no obstante, navegar en la red permitió alcanzar nuevas fronteras que hasta ese momento no habíamos vislumbrado y que, para ser honestos, tampoco conocíamos: tal fue el caso de la narrativa interna sobre su origen así como la amplitud de actividades realizadas. Los cuestionamientos sobre la construcción del objeto de estudio se incrementaron cada vez; preguntas tales como ¿Cómo se construye la comunidad a través de Internet?, ¿qué tipo de discursos se están tejiendo?, ¿quiénes son aquellos que arman esas narrativas?, ¿en qué momento deciden utilizar este tipo de herramientas de

⁵⁹ Buscador temático creado en 1994 por jóvenes emprendedores estadounidenses de la universidad de Stanford, en México opera desde 1999

⁶⁰ Los repertorios de búsqueda son muy útiles cuando se debe explorar un tema determinado. Funcionan según el principio de las páginas amarillas. A diferencia de los buscadores, no son muy eficaces cuando se trata de búsquedas muy específicas. No son exhaustivos. Junto a los repertorios, cada vez son más importantes en Internet los foros de discusión o *newsgroups*, donde se discuten distintos temas. Dentro de los denominados buscadores avanzados se encuentran agentes que permiten continuar una búsqueda en el tiempo, es decir, 'interrogan' nuevamente a las *webs* seleccionadas a intervalos regulares para detectar los cambios que hayan tenido lugar. Es posible incluso programar el horario y la periodicidad de la búsqueda y copiar *webs* completas en el disco duro del ordenador. Son útiles para seguir la actualidad y difundir informaciones a públicos homogéneos.

⁶¹ Buscador temático creado en 1998 por estudiantes de computación en Estados Unidos de América

comunicación?, ¿quién decide el uso de las TIC?, ¿cómo entender una *comunidad virtual*?, ¿cuáles son las prácticas entre los miembros de una comunidad?, ello obligó a marcar parámetros de trabajo.

Los temas generales se estrecharon y se optó por particularizar cada vez más para hallar coyunturas sociales, económicas y hasta políticas. Hasta ese momento, los Pueblos indígenas se mostraban en el ciberespacio como seres activos y dinámicos, con participación en el ámbito económico y en pro de desarrollo de la comunidad, sin embargo la presencia de organizaciones civiles, religiosas o internacionales, evidenciaban la parcialización del discurso indígena. El universo que se nos ofrecía era aún demasiado extenso, por lo que, de nueva cuenta, fue necesario hacer un corte expresamente con base en la diferencia étnica y cultural: a partir de ahí se estableció que las páginas electrónicas a analizar deberían de contener, entre muchas otras que le son propias, tres características básicas, a saber:

1. La dedicación a una actividad particular y que explicara el motivo de esa realización;
2. El desarrollo de proyectos productivos y
3. La auto-referencia a una comunidad indígena de México.

Fue así como se llegó al territorio del café. Las páginas electrónicas sobre la cafeticultura aparecieron con problemáticas interesantes y planteamientos muy precisos sobre la *comunidad* de productores de café orgánico, de esa manera se mostró: la presencia indígena con el uso y apropiación de las TIC, pero además con un discurso propio sobre las constantes crisis del aromático en el mercado mundial y la situación política-económica de los cultivadores. Esto permitió conferir precisión al espectro de investigación, toda vez que, a través de la red de redes, se identificó a nuestro sujeto y objeto de análisis correspondiente a un tiempo y espacio particular.

CUADRO 17. ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

ORGANIZACIÓN	ESTADO	REGIÓN	DIRECCIÓN ELECTRÓNICA	IDENTIDAD
1. Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOOC)	Puebla, Guerrero, Oaxaca, Chiapas, Hidalgo, Veracruz y SLP	Centro y sur este de México	www.laneta.apc.org/cnoc.htm	Organización campesina independiente
2. Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)	Oaxaca	20 municipios	www.uciri.org	Campesinos cafecultores de varias comunidades indígenas
3. Cooperativa <i>Tosepan Titataniske</i> (unidos venceremos)	Puebla	Cuetzatlán	www.laneta.apc.org/tosepan	Cooperativa de hablantes náhuatl
4. Yeni Navan S.P.R. de R.L.	Oaxaca	Oaxaca	www.redindigena.net/indyeni.htm	Organización de población indígena pequeños productores
5. Unión de Comunidades Indígenas de la Zona Norte del Istmo A.C. (UCIZONI)	Oaxaca	105 comunidades	www.ucizoni.org.mx	Pueblos indígenas mixes y del istmo
6. Comunidades Campesinas en Camino S.S.S.	Oaxaca	Istmo de Tehuantepec	www.ccc.ecotierra.org	Comunidades campesinas de pequeños productores
7. Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal y Tzotzil	Chiapas	Sur de Chiapas	www.laneta.apc.org/tzci/organinteg/tzeltal.html	Pueblos indígenas tzetzales y tzotziles
8 Sociedad de Trabajadores Agrícolas de los Altos de Chiapas, A.C.	Chiapas	Altos de Chiapas	www.sic.chiapas.com/staach/staach.htm	indígenas
8. Unión de Ejidos y Comunidades de Cafecultores del Beneficio de Majomut	Chiapas	1,700 familias productoras de café	www.majomu.org	Comunidades indígenas de las etnias tzetzales y tzotziles
9. Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla San Isidro Labrador S de SS (ISMAM)	Chiapas	Tapachula Motozintla	www.ismam.org	Campesinos indígenas de las etnias mam y tzetzales
10. Unión de Ejidos de San Fernando	Chiapas	A 20 km de la capital del estado chiapaneco	www.biocafe.org.mx	Pequeños productores de café

Fuente. Investigación de campo, Elizabeth Bautista Flores, abril de 2007.

Se acotaron, en ese sentido, conceptos que pueden referir con claridad a la conformación de un sujeto político con capacidad de acción y de ser creativo (*discursividad*), como lo señala Arendt (2005); fueron asimismo seleccionadas las herramientas y mediaciones como detonadores de cambio y transformación en el ámbito socio-cultural (*TIC*) de pueblos particulares (*indígenas en México*) y se reconoció, al fin, una problemática en el marco de la comunicación que permitía contextualizar y entender la dinámica económica y financiera, como es el caso de la *comercialización del café orgánico* en un periodo correspondiente a la *mundialización*. Es claro que el enriquecimiento de estos conceptos es permanente e irrefrenable; empero, es necesario señalar un límite a los alcances de nuestra investigación.

De ahí se derivaron otras peculiaridades al encontrar en las páginas electrónicas tales como el territorio y la región de las comunidades, esta última refleja la dispersión y diversidad de Pueblos indígenas que conforman la comunidad y ayudan a fortalecer la *comunidad virtual*⁶² en el entorno particular de los cafecultores. El desarrollo de proyectos productivos se consideró también a partir del hecho de que éstos parecen tomar vertientes diferentes entre los mismos miembros de una comunidad; los hay, en efecto, para los hombres que, además de la producción de café orgánico, optan ya sea por la práctica del *policultivo*, a fin de favorecer la convivencia entre huertas y plantas para lograr la menor degradación del medio, o bien por la ganadería, artesanía o apicultura; otros proyectos suelen orientarse a las mujeres, en cuyas manos se dejan, por ejemplo, las hortalizas, manualidades, además de otros aún para los niños, donde el proyecto educativo es clave para los miembros de esas comunidades.

Cabe destacar que, a diferencia de lo mencionado por Rheingold (1996), se dejó de lado la comunicación directa entre las comunidades, es decir, se evitó la búsqueda de correspondencia o envío de mensajes electrónicos de, para o entre los miembros de la comunidad de producción, pues fue muy claro desde el comienzo de la investigación en campo, que no todos los productores tienen acceso al uso de la computadora ni tampoco

⁶² Este concepto se abordará con mayor detalle en el capítulo segundo del presente trabajo

realizan las mismas labores administrativas, además de la consabida desconfianza para permitir el acceso a ese tipo de documentos. Tampoco se buscó establecer comparaciones inter-comunidades para evaluar su grado de desarrollo o avance tecnológico y de comunicación. Se persiguió más bien conocer las formas en las cuales los indígenas diseñan una estrategia de comunicación discursiva para referirse específicamente a quiénes son, qué hacen, qué quieren y cómo se presentan a sí mismos a través de la Internet.

Es cierto que muy lejos se está de conseguir una igualdad y comunicación horizontal, por el simple hecho de tener un procesador o conectarse a un Sistema de Información (SI), pero las acciones y formas discursivas de los productores de café son intentos más claros y precisos para que se muestren muchas formas y diversificaciones de uso que ahora se tienen, gracias a la apropiación y significación que han desarrollado con la presencia de las TIC.

11. Las comunidades cafetaleras de producción orgánica

Ya ubicadas y seleccionadas las páginas electrónicas se procedió, con base en las categorías descritas, a la construcción de los conceptos: antes, sin embargo, fue necesario decidir el modelo de análisis para hacer más eficiente el ordenamiento y posterior sistematización de la información obtenida de las páginas electrónicas que, en total, suman 11 y provienen de organizaciones cafetaleras con cultivos orgánicos en México. A continuación se describen las páginas electrónicas seleccionadas, los extractos de los discursos se mencionarán entrecomillados para respetar la originalidad del texto y, por ende, comprender y analizar el discurso.

En lo que corresponde a la (1) **Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOO)**, se autoidentifica como una organización campesina independiente formada en 1989 por organizaciones “regionales con experiencias organizativas”. Por lo que hace a sus objetivos éstos son “impulsar el desarrollo económico regional con capacitación colectiva, elevar los niveles de bienestar social, fortalecer organizativamente a

las familias campesinas generando efectos multiplicadores”; su estrategia es “apropiarse del proceso de producción industrialización y comercialización y controlar los instrumentos financieros, con base en cuatro ejes de acción: comercialización, financiamiento, capacitación, asistencia técnica y organización.”



A la CNOC pertenecen los pueblos indios: tzotziles, tzeltales, tojolabales, choles, huastecos, nahuas, totonacos, tlapanecos, mazatecos, zapotecos, mixtecos, chinantecos, triquis, de los que suma 75 mil pequeños productores de café, el 92 por ciento de ellos son considerados

minifundistas, pues tienen predios menores de cinco hectáreas. Todos ellos pertenecen a 126 organizaciones regionales con presencia en Puebla, Guerrero, Oaxaca, Chiapas, Hidalgo, Veracruz y San Luis Potosí. Suma un total de 760 mil hectáreas de cultivo, lo que asciende a una producción de 4.6 millones de costales (de 60 kg/cu).

Si bien se acepta que en su interior sólo el 10 por ciento de los productores cuenta con la certificación orgánica, se menciona también que se “fomentan los procesos de convergencia regionales nacionales e internacionales” por lo cual mantiene vínculos con Aztec Harvest, promotora comercial de café suaves México S.A. de C.V., Comité técnico de fideicomisos del café (FIDECAFE), Grupo operativo nacional, Pueblos operativos regionales, Comité Ejecutivo del Consejo Mexicano del Café; Asociación Mexicana de Agricultores Ecológicos (AMAE), Federación Internacional de Agricultura Orgánica (IFOAM), Unión de pequeños y medianos productores de café de Centroamérica, México y el caribe (UPROCAFE) y la Sociedad Cooperativa de pequeños Productores (SCPP).

La página de la **(2) Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)**, reza “somos campesinos cafecultores de varias comunidades de la parte baja de la Sierra de Juárez... Somos indígenas Zapotecos de la Sierra, Mixes, Mixtecos, Chontales y Chatinos de la costa de Oaxaca”.

Desde su fundación, hace 22 años, se ha vinculado a otras redes de corte internacional, pero tiene, en buena medida, la presencia de un sector de la iglesia católica. Por ejemplo, UCIRI y la **Unión de Comunidades Indígenas de la Zona Norte del Istmo A.C. (UCIZONI)** nacieron en la primera mitad de la década de los 80, y desde entonces se han manifestado por una propuesta de la identidad indígena, de comunidad y de territorialidad, por lo que debe analizarse cómo en ambas organizaciones civiles confluyen una diversidad de pueblos étnicos de la región (mixes, zapotecas, chontales, chatinos), mas cada uno mantiene su diferencia con los otros. Es una relación otros-nosotros.



Los antecedentes de la UCIZONI datan de 1979, aun cuando se constituyó legalmente en 1985, está integrada por 84 comunidades y colonias: mixes, zapotecas, zoques, chinantecas, barrenas, mixtecas y mestizas de nueve municipios del estado de Oaxaca en la región del Istmo de Tehuantepec, según se explica en su página electrónica, además en el mismo documento se señala que la organización trabaja en función de nueve puntos básicos, entre los que destacan la asesoría jurídica y promoción de derechos humanos, equidad de género, atención sanitaria a mujeres, defensa y regulación de tierras indígenas, programas productivos entre los que se encuentra la comercialización del café, entre otros.

Además forma parte del Congreso Nacional Indígena, la Red Nacional de Mujeres Indígenas, la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras, Coordinadora Estatal de Productores de Café de Oaxaca, y el Foro Estatal Indígena Permanente de Oaxaca.



En el caso de la UCIRI, se plantea como principal objetivo el desarrollo de su comunidad,

a partir de la comercialización de productos agrícolas (café, jamaica, mermeladas) y textiles (ropa), donde la base para su desarrollo se encuentra en el cuidado de la tierra, y la interacción con el medio ambiente “como lo hicieron nuestros antepasados”, se explica en la página de esa organización nacida en 1983, como respuesta a una serie de problemas específicos de los cafecultores de la región, pero que con el tiempo se ha convertido en la más fuerte y representativa del ramo en Oaxaca, no sólo por su fortaleza económica, sino por la cantidad de miembros que la integran, cuatro mil socios activos. En la dirección electrónica uciri.org.mx, se pueden ver varios elementos que identifican a la comunidad indígena, como la tierra, el trabajo colectivo y la unión de la comunidad, no sólo de la región sino también de estados como Chiapas y Guerrero, entre otros. Más adelante se analizará la presencia de cada uno y la relación con otras organizaciones de indígenas.

La (3) **Cooperativa Tosepan Titaniske**⁶³ (*unidos venceremos*), ubicada en la sierra norte de Puebla, expresa una homogeneidad lingüística y étnica. Desde sus inicios, en 1977, en su página se dice ser “una organización indígena nahua” ubicada en la sierra nor-oriental en Cuetzalan, Puebla. Cuenta con “5, 800 socios y socias”, mismos que se encuentran “dispersos en la sierra madre oriental y la vertiente del Golfo de México con alturas de 300

a mil 200 metros sobre el nivel del mar. Su intención, al organizarse, es “para luchar contra la carestía de los productos básicos y contra el intermediarismo de las cosechas”, así como para “luchar en forma organizada y con medios pacíficos para mejorar nuestras condiciones de vida y la de nuestras familias.”

En un sentido similar se pronuncia la organización (4) **Yeni Navan S.P.R. de R.L.**



⁶³ La página electrónica de esta organización se imprimió al igual que las demás organizaciones, sin embargo en el transcurso de esta investigación (18 de junio de 2007), se realizaron modificaciones a la misma, por lo cual se decidió incluir este último diseño, debido a que anexa un logotipo. En el caso de las anteriores, permanecieron sin cambios sustanciales. www.tosepan.com

Michiza, integrada por indígenas mixtecos, cuicatecos, chinantecos, chatinos y zapotecos, pues busca también “crear conciencia en los integrar una organización que contribuya al desarrollo de las comunidades indígenas y les permita defenderse de acaparadores que pagan a precios muy bajos sus productos” como por ejemplo el café, el cual se muestra como la única fuente de ingreso familiar. Esta organización oaxaqueña se compone por “población indígena en su mayoría, con escasos recursos económicos y con la dificultad de acceso a servicios de salud, educación y vivienda”.

La adscripción abierta a la presencia de la Iglesia católica es muy importante, ya que cuenta con un vínculo de exportación por parte de la UCIRI, con la que desde 1991 comenzó el envío del café a Alemania. Se explica, asimismo, en su página electrónica que se conforma por una asamblea general, un consejo de vigilancia, comité de comercialización y otro de educación, además de que dispone de las áreas técnica y contable. El consejo de administración está integrado por 17 socios que, a su vez, representan a 734 pequeños productores de café orgánico. Los socios, distribuidos en 21 municipios y 43 comunidades, cuentan con una propiedad de entre una a ocho hectáreas, de las cuales anualmente obtienen 12 mil quintales de café pergamino⁶⁴.

Conviene destacar que la (5) **UCIZONI**, arriba mencionada, hace mayor referencia a los pueblos indígenas además de ser la única que alude directamente, en la parte correspondiente a la capacitación, a la importancia de desarrollar medios de comunicación como la radio y la prensa comunitarios entre los 20 mil socios correspondientes a 105 comunidades. Esta organización, según lo señala su página electrónica, ha emprendido desde sus comienzos una “lucha por hacer valer los derechos de los

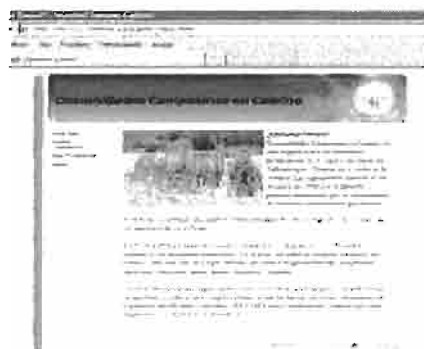


⁶⁴ Los quintales equivalen a costales de 60 kg. Mientras el café pergamino refiere a los granos de café que han sido despulpados, lavados y secados.

hombres y también de las mujeres”; subraya, de hecho, que desde hace 20 años esta organización “...viene realizando actividades de divulgación a través de diferentes medios impresos como son libros, revistas, folletos, trípticos y carteles. Además de que ha producido y coproducido seis videos, uno de los cuales ganó el primer lugar en el Festival Internacional de Video Indígena en Santiago de Chile”.

Al trabajo de difusión mediática reseñado, habrá que añadirse el relacionado con la defensa de la tierra, ya que “los pueblos indios del Istmo de Tehuantepec han enfrentado desde hace cientos de años, graves problemas por la invasión de sus tierras”. A manera de ejemplo, se evoca la estratégica ubicación regional que los aztecas concedían al istmo; se menciona el asedio español y se hace hincapié en la globalización que “ha traído más sufrimiento a nuestra gente”, de ahí que se reitere la importancia por “brindar asesoría legal y técnica para que nuestros pueblos puedan enfrentar esos programas [de cultivos químicos] que sólo dañan y empobrecen... buscamos que los pueblos se organicen y se coordinen entre sí para enfrentar a estos enemigos tan poderosos, que muchas veces tienen sus oficinas fuera de México”.

La página electrónica en este caso es muy amplia en la exposición discursiva “para poder enfrentar mejor estos Megaproyectos y a las políticas que nos imponen los grandes



organismos multilaterales como la OMC, BM, FMI o el BID; hemos impulsado la creación de redes a nivel nacional como la Alianza Mexicana por la Autodeterminación de los Pueblos (AMAP) y el Foro Mesoamericano, donde coincidimos organizaciones de varios países, como son Guatemala, Nicaragua, Panamá, Honduras, Costa Rica y el Salvador.”

La (6) **Comunidad Campesina en Camino S.S.S.**, es una de las organizaciones más jóvenes al haberse fundado en 1995 en la sierra de Oaxaca luego que las comunidades campesinas de pequeños productores indígenas “analizaron y reflexionaron sobre los

problemas y vida de campesinos indígenas”. Esta organización, también de la zona del Istmo de Tehuantepec, describe de manera muy breve sus actividades tales como el establecimiento de tiendas para la venta de sus productos a fin de hacer frente a los intermediarios. Los pueblos étnicos que la conforman, son: zapotecas, chontales, mixes, ikoots, mixtecos y zoques, sumando así 600 productores de la región ubicada en Santa María Totolapilla y Santa María Jalapa del Marqués. La primordial necesidad que se expone es la de “establecer un modelo alternativo socio—económico donde se respete y se reconozcan los derechos de los pobres”; su principio de convocatoria se halla contenido en la frase “Basta ser pobre para unirse a nuestra cooperativa.”

El estado de Chiapas, es una de las entidades en las que la problemática del café se recrudece debido al arraigo político y comercial que hay en la producción del aromático. Respecto de los vínculos inter-organizaciones es frecuente encontrar una organización que funja como asesora de otras que apenas se inician en el trabajo de la exportación, o bien en lo relacionado con trámites administrativos; como también frecuente es descubrir la participación de académicos de diferentes centros de investigación o universidades, donde colaboran estudiantes, docentes e investigadores.

En cambio, la exposición y argumentación en las páginas electrónicas de los productores cafetaleros es diferente; desde hace veinte años, por ejemplo, (7) **La Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal-Tzotzil SCL** mantiene su identidad como la de esos pueblos indígenas que “hemos venido sobresaliendo con nuestro esfuerzo y los apoyos de algunas instituciones”. Esta organización abarca las comunidades de Pantelhó, Chenalhó, Chalchihuitán, San Juan Cancuc y Simojovel, siendo su principal objetivo lograr “el mejoramiento de las condiciones de vida y el desarrollo de una producción en armonía con la naturaleza”. Una de las características de esta organización es



que comienza sus actividades de venta con base en la apicultura, luego de ello cambia e impulsa el trabajo con las plantaciones de café que ya habían asumido los productores, pero debido a otro eje de convergencia para la unificación de sus esfuerzos. Desde su creación se ha mantenido en contacto con la Unión Majomut y la UCIRI, de las que recibe asesoría en diferentes niveles de organización.

La **(8) Sociedad de Trabajadores Agrícolas de los Altos de Chiapas A.C.** (STAACH), por su parte, relata que sus miembros son indígenas de la región, aun cuando queda sin especificar el número de ellos. En su página electrónica se indica que “...los programas de gobierno sólo han servido para que los grandes consorcios, los coyotes y los especuladores se defiendan de la crisis del mercado”. Como un principio de reivindicación étnica no sólo promueve la cultura indígena como elemento de mercantilización, sino que también le apuesta a la formación de una conciencia en el consumidor.

Entre las organizaciones de mayor representación se encuentra la **(9) Unión de Ejidos y Comunidades de Cafecultores del Beneficio Majomut** que sólo refiere el trabajo con dos comunidades indígenas: tzeltal y tzotzil de la región de los Altos de Chiapas (900 a mil 600 metros sobre el nivel del mar), agrupando, desde 1981, a mil 700 familias productoras. El objetivo, de acuerdo con lo que se señala en la página electrónica, es el “mejoramiento integral de las condiciones de vida” por lo que se busca alcanzar la autosuficiencia alimentaria y desarrollar microbancos. Dos años después de su registro, en 1983, se buscó la mejora de producción por lo que ahora también se dedican al cultivo de hortalizas,

promueven el autoempleo, estimulan la democracia interna y promueven el mejoramiento a la vivienda.

La **Unión Majomut**, como se le conoce, abarca comunidades de Pantelhó, Chalhuitán, Chenalhó, San Juan Cancuc, Tenejapa, Oxhuc, San Cristóbal de las Casas y Huixtán; es miembro del Mercado Justo desde 1993 e impulsa proyectos



productivos que también incluyen a mujeres y niños. Aseguran que “nuestro café no proviene de grandes plantaciones comerciales ni es cultivado con tecnología ‘moderna’... las plantaciones de café de cada uno de los miembros de la Unión Majomut son parte de un sistema de cultivo heredado de nuestros antepasados mayas... manteniendo una gran diversidad ecológica y una estructura muy parecida a la vegetación originaria de nuestros parajes.”

Majomut es la única organización que se refiere a la llegada del café a esa zona, pues habla de una movilidad laboral que generó el cambio en las prácticas culturales. Hipotéticamente -con base en los textos recopilados- el café en esta región fue introducido por decisión propia de los campesinos tzeltales y tzotziles, quienes sacaron las plantas de las fincas y las llevaron a la comunidad:

El cultivo del café llegó a esta región hace menos de 100 años... padres y abuelos trajeron las semillas de las fincas del Soconusco... y las adaptaron a sus propias huertas

Esto no es tan sólo una diferencia para entender el desarrollo que se tiene en este sector agrícola, puesto que no fueron ni la violencia ni la obligación las que les hizo aceptar el grano, sino que, más aún, la decisión de llevarlo y adaptarlo les permitió apropiarse de un cultivo que ahora tiene considerables rendimientos para algunos indígenas. Desde la perspectiva de Majomut fue decisión propia optar por el cultivo orgánico debido tanto a las



crisis internacionales que el café venía padeciendo, como a la omisión que los programas de gobierno presentaban en lo concerniente a la asesoría técnica y capacitación, además de que hubo una “oposición a paquetes tecnológicos de la revolución verde.” Desde 1992, se dio un proceso de reconversión que vino a impulsar el desarrollo de sus propios técnicos y profesionistas, así como la creación de redes de

promotores indígenas comunitarios.

En esta construcción discursiva reiteran constantemente sus actividades y sentidos filosóficos y originarios, pues: “Nuestro café es orgánico porque es producido libre de químicos. Es orgánico porque cuidamos el suelo y el agua que son el patrimonio heredado de nuestros antepasados y que dejaremos a generaciones futuras. Es orgánico porque cada productor cuida sus plantas, obtiene sus frutos y los procesa junto con su familia”. Este elemento es otro distintivo, no sólo es el cuidado a la naturaleza que puede validar la conciencia ecológica, sino que también se incluyen valores como la integración familiar: “...existen pocos [productos como el café] que se obtienen directamente por los mismos productores y sus familias en una relación íntima con la naturaleza y con conocimiento ancestral de sus leyes.” Habrá de subrayarse esa postura pues en las acciones también es promovido el autoempleo, a fin de evitar la migración.

Otro ejemplo interesante es (10) **ISMAM. San Isidro Labrador S. de S.S. Indígenas de la Sierra Madre de Motozintla**, que se extiende por dos regiones: costa y centro de la entidad chiapaneca: Acacoyagua, Amatenango de la frontera, Ángel Albino Corzo, Bellavista, Cacahuatán, Chicomuselo, Escuintla, Huixtla, Independencia, Mapastepec, Margaritas, Motozintla, Pijijiapan, El Porvenir, Siltepec, Tapachula, Trinitaria y Unión Juárez. Desde 1986, cuando obtiene su registro como organización, hasta la fecha, cuenta con un total de 250 socios. La conforman mil 330 campesinos indígenas de las etnias mam y tzeltal, principalmente, minifundistas de tierras ejidales, comunales y de pequeña propiedad que exporta a la Unión Europea, Canadá, Japón y Estados Unidos.

Por último, (11) la **Unión de Ejidos de San Fernando**, muy cerca de la ciudad capital chiapaneca, está integrada por pequeños cafecultores que encuentran en la comunicación una vía para la comercialización del mejor café de altura que producen, pues si bien lo venden ya a



países como Japón y de la Unión Europea continúan buscando nuevos mercados. Aunque es imperceptible la identidad étnica, en el logotipo se observa la presencia agraria de un par de hombres dedicados al campo.

Como puede apreciarse en el Cuadro 18, las once diferentes organizaciones de productores de café tienen una amplia diversificación en productos orgánicos así como varios proyectos de desarrollo productivo y de mejoramiento y asistencia a nivel social. Cabe destacar el caso de *Tosepan Titataniske*, quien además de tener una amplia trayectoria ha desarrollado un sistema financiero de beneficio comunitario.

CUADRO 18. ACTIVIDADES EN ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO

ORGANIZACIÓN	OTROS PROYECTOS PRODUCTIVOS	VÍNCULOS EN RED	PRODUCTOS/ EXPORTACIONES
1. COORDINADORA NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAFETALERAS (CNOO)	*****	Acción conjunta frente a los problemas comunes;	97% de la producción de café es arábica 3% de la producción del café es robusta Tipos de café: Solidario, Gourmet, Orgánico, Tradicional, Verde, Tostado y molido. E. U.
2. UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA REGIÓN DEL ISIMO (UCIRI)	Maracuyá Ferretería Ladinavi SA CV; Educación, Salud, transporte	Michiza Tienelonla K'lum La flor de Amatlán CEPCO	Max Havelaar
3. COOPERATIVA TOSEPAN TITATANISKE (UNIDOS VENCEREMOS)		Vinculación y Comunicación Social A.C. Promoción del Desarrollo Popular CNOP (café y pimienta)	Policultivo café y pimienta

ORGANIZACIÓN	OTROS PROYECTOS PRODUCTIVOS	VÍNCULOS EN RED	PRODUCTOS/ EXPORTACIONES
4. YENI NAVAN SPRIDERI	Asesoría y capacitación técnica Capacitación y formación directivos, comités y áreas de trabajo)	UCIRI, Asociación jalisciense de apoyo a pueblos indios Comité de defensa ciudadana Congreso Nacional Indígena Coop. Artesanal La flor del valle, Frente Indígena Oaxaqueño Bionacional, Meseulsivamej Mosenyolchicauarij Museos comunitarios de Oax., Red de artesanos de Titekitezanzekan, Scar Tosepan Titataniske Seminario la Hora, Servicios del Pueblo Mixe, Soc. de mujeres artesanas San Bartolomé de los llanos, Sociedad solidaridad social sansekan tinemí Unión de Coop. de Chiapas Unión Majomut Yeni Navan frente cafetaleros solidarios	Venta de exportación a través de UCIRI Alemania Mercado solidario (1989) IFOAM Max Havelaar Trans Fair Fairtrade
5. UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA ZONA NORTE DEL ISTMO A.C. (UCIZONI)	Desarrollo regional alternativo Comunicación indígena Fortalecimiento institucional Ciudadanía de las mujeres indígenas Atención legal y derechos indígenas Alternativas a la globalización y capacitación Micro créditos para mejoramiento de la vivienda, salud, y asesoría legal y promoción cultural	Consejo Indígena y popular de Oaxaca Ricardo Flores Magón	
6. COMUNIDADES CAMPESINAS EN CAMINOS S.S.	Policultivos Maíz, frijol, chile pasilla, cacahuete, melón, sandía, mango, tamarindo, sorgo, ajorjolí. Ganadería ecológica		Naturland Certimex

ORGANIZACIÓN	OTROS PROYECTOS PRODUCTIVOS	VÍNCULOS EN RED	PRODUCTOS/ EXPORTACIONES
7. SOCIEDAD COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TZETAL Y TZOTZIL	Miel, maíz, frijol, hortalizas, ganadería de traspatio y artesanías	Unión Majomut	Exportación de miel a Suiza, Holanda, Bélgica, Italia y Alemania
8. SOCIEDAD DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS DE LOS ALTOS DE CHIAPAS, A.C.	Lombricultivo Fruta Hortalizas, flores	Instituto Agropecuario de Oaxaca	
9. UNIÓN DE EJIDOS Y COMUNIDADES DE CAFETICULTORES DEL BENEFICIO DE MAJOMUT	Autosuficiencia alimentaria Promoción de autoempleo de familias en su territorio	Max Havelaar, CNOC Fair trade Agromercados, FLO, Coopcafé, Certimex UCRI Naturland Verband GEPA, OXFAM Twin Trading Ltd Ecomex Ucepeco Fund. Rockefeller, Fund. MacArthur, Habitat para la humanidad, Novib	Mercado justo (1993) Mercado de Café Orgánico (1995)
10. INDÍGENAS DE LA SIERRA MADRE DE MOTOZINTLA SAN ISIDRO LABRADOR S DE SS (ISMAM)	Producción de sombra	IFOAM Naturland OCIA	Unión Europea Japón, Estados Unidos Canadá
11. UNIÓN DE EJIDOS DE SAN FERNANDO	Centros de acopio regionales Bodega central Beneficio seco Cafeterías Bio-café Proyectos de desarrollo social	IFOAM UCRI UNEP Green peace Gobierno de Chiapas Conecultachiapas	Holanda, Dinamarca Alemania Inglaterra Japón Estados Unidos

Fuente: Elizabeth Bautista Flores, mayo de 2007.

Los vínculos a los que refiere en la página electrónica, es decir, con quienes mantienen una estrecha comunicación pueden ser el primer indicador para saber la manera en cómo se organizan y también comprender la forma en la cual trabajan de manera comunitaria y se da forma a la *Comunidad virtual* a través del ciberespacio. Más adelante en el capítulo siguiente se analizará con mayor profundidad este de los vínculos entre las

diferentes comunidades y el intercambio de información que se tiene para la producción, administración de la comunidad y venta de la producción.

12. Modelo de Análisis

Como se ha mencionado en varias ocasiones, uno de los objetivos de esta investigación es analizar las formas discursivas de los productores de café orgánico con base en diferentes páginas electrónicas. Los estudios de análisis del discurso tienen un origen muy complejo, lo que no es tan complicado de entender la raíz lingüística de la que surgen. Para complementar este apartado se ampliará la perspectiva interdisciplinaria, propia del análisis discursivo. Håider (1998:18) recuerda que la interdisciplinariedad del análisis del discurso es su principal característica, toda vez que ésta permite, por un lado, la articulación de varias disciplinas y, por el otro, hace que el estudio se vuelva más complejo.

Según Karam (2005), una de sus contribuciones de Greimas y la Escuela de París es la aportación enunciativa, donde el discurso es parte de un modelo de comunicación, donde es importante la relación del Destinador-Destinario así como las funciones de producción, enunciación, por mencionar algunos elementos. Karam señala la perspectiva materialista desde la cual el discurso se entiende “como una práctica social vinculada a las condiciones sociales de producción institucional, ideológica, cultural e histórico coyuntural” (*idem*). En ese sentido, el sujeto que emite responde a las posiciones ideológicas determinadas.

El discurso, por tanto, si ha de atenderse a los autores mencionados, es el conjunto trans-oracional con reglas sintácticas, semánticas y pragmáticas, presentado con cohesión y coherencia. Así pues, el discurso deberá relacionarse con las condiciones de producción, circulación y recepción, puesto que está constituido por “varias materialidades con funcionamientos diferentes” (Håider:118) además de que obedece a una práctica social peculiar. Esta última consideración resulta interesante toda vez que el discurso se desenvuelve en el ámbito que algunos teóricos denominan *acción social* y que, desde la

perspectiva semiótico-discursivo se ubica en la praxis social, en virtud de la relación que guarda con los aspectos históricos, culturales y políticos.

Es necesario aclarar que el análisis discursivo se hará en dos sentidos: uno narrativo (palabra) y otro visual, lo que implica analizar los logotipos de las comunidades seleccionadas.

La parte visual, se abordará también desde una perspectiva semiótica que permita considerar, primero, los elementos que construyen el logotipo de cada uno. De ahí se relacionarán con las que permitan identificar las formas de enunciación de estas, para encontrar más puntos de intersección así como tensiones que clarifiquen sucesos o bien actantes del relato.

Esto debido a que, de acuerdo con las técnicas de mercadeo, el logotipo de una organización, en el caso, una comunidad, engloba buena parte de la identidad de los miembros, pero además conlleva al reconocimiento del producto en el mercado, por parte del consumidor. Es decir, a través de la narrativa visual se abordarán las formas enunciativas que delinean el discurso y la ideología inmersa por parte de los productores de café orgánico.

En el caso del discurso, el análisis parte de los tres elementos estructurales que pueden componer la narrativa, que con base en algunos elementos del modelo actancial de Greimas (1997), se toman: Armazón, Mensaje y Código. En el primero, Armazón, puede entenderse en su forma estructural de una narración. Cada sucesión de enunciados implica un comportamiento que conlleva a una finalidad (*algoritmo*), motivo por el cual se ubica en una temporalidad, donde los comportamientos expresan el vínculo a “la anterioridad y posteridad”, además en la subclase de narraciones dramatizadas, el antes y después corresponde a una *inversión de la situación*, donde se descomponen las secuencias (isotopías). Ello porque en su interior incluye propiedades de inicio y fin de una narración, esto a través de enunciados. Para tener sentido a lo que narra se debe ver como un todo significativo, a lo cual Greimas denomina *estructura semántica simple*, por lo cual implica que en su interior se expresa una estructura jerárquica del contenido.

En lo correspondiente al Mensaje, también se basa en categorías semánticas (isotopías), que se subdivide en los niveles discursivo y estructural. donde en principio el análisis de signos se soporta en los actores que realizan una acción (*actantes*-acontecimientos= *lexemas*), por otro lado y de forma contraria se encuentra la parte del contenido discursivo, basado en secuencias narrativas. Por último, en cuanto al Código, implica una relación comparativa de informaciones con base en el contexto, y desde una mirada que identifique correlaciones. Es decir, con el código se puede derivar la comparación entre narraciones o bien seleccionar cortes sintagmáticos e incluso considerar determinados elementos narrativos con otros elementos comparables.

En las páginas electrónicas seleccionadas, y con forme a la explicación antes expuesta, se identificaron, como parte del armazón, las siguientes secuencias narrativas en las exposiciones de su origen y conformación de la misma. Propiamente en la liga de quiénes somos y qué hacemos se explica la forma en la cuál han trabajado, desde cuándo y cómo han realizado, por ejemplo, la mayor parte de sus actividades, por ello se consideró la siguiente clasificación:

A. NARRACIÓN INICIAL

1. La comunidad de productores cafetaleros
 - a. Desde cuándo decidieron organizarse
 - b. Cómo se organizaron
 - c. Quiénes participaron y cuáles fueron las consecuencias
 - d. Ubicación (territorio/regiones)
2. Problemas derivados de la crisis de café en el mundo
3. Problemas derivados de la crisis de café en México

B. NARRACIÓN CLÍMAX

4. La participación de los indígenas (*héroes/actantes*)
5. La estructura de la comunidad y proyectos productivos desarrollados

C. NARRACIÓN FINAL

6. Venta de la producción de café orgánico en el mercado mundial

Como se mostró en la parte anterior, las ligas que en su mayoría contienen las organizaciones en las páginas electrónicas muestran un claro interés por definir quiénes son como colectivo, bien vale la interrogante por saber si en verdad se adscriben como comunidad, pues de forma indistinta utilizan los términos de indígena y campesino, sólo algunos, si hacen la diferencia por éstos. Es sabido, que no todos los campesinos son indígenas ni tampoco todos los indígenas son campesinos. La diversidad y división del trabajo.

Para el caso del mensaje, los campos semánticos identificados fueron los correspondientes a la producción orgánica, divinidad y comercialización de café. Dicha identificación permite trabajar bajo tres tipos de pruebas que los *actantes* debieron superar en la conformación de su comunidad:

- a. *calificadora* la comunidad de productores
- b. *principal* venta de producción de café en mercado mundial
- c. *glorificadora* consecución de la autonomía: primero, económica y política, después.

En cada una de las páginas seleccionadas se realizó el mismo análisis; los datos obtenidos, permitieron el pase a la tercera parte de este análisis, con lo que podría hacerse la comprobación base en la identificación de sintagmas narrativos, el cual se define por sus elementos constitutivos y los encadenamientos necesarios, además de que permitiría definir elementos narrativos ya no sólo por palabras o deícticos sino por enunciados que ayuden a comprender mejor el todo.

Cabe señalar que en todo este trabajo también se sumó la presencia de *secuencias* narrativas mismas que buscan una prueba principal de la narración; ésta tiene relación con el algoritmo (antes y después), pues a partir de ella se expresa una prueba calificadora y una

prueba principal, la cual debe ser superada por los héroes. Luego le siguen las funciones, que son aceptaciones o rechazos entre las obligaciones de las partes contratantes (las pruebas a superar, que pueden modificar la participación del actante), por lo que a cada acción hay nuevas distribuciones y redistribuciones entre los roles. Dada esa distribución de roles, se puede resolver el problema y entender las relaciones entre los actantes.

Simbología según Greimas:

F= fuente vs **D**= Destinatario
S= sujeto vs **O**= Objeto
A= Ayudante vs **T**= opositor/oponente

Para este estudio, se ordenaron de la siguiente forma:

F= CULTIVO ORGÁNICO vs **D**= CONSUMIDORES DE PRODUCCION ORGÁNICA
S= INDIGENAS vs **O**= COMERCIALIZACION DE CAFÉ ORGÁNICO
A= ORGANIZACIONES vs **T**= INTERMEDIARIOS/NEOLIBERALISMO
(Comunidades/Nacionales
e Internacionales)

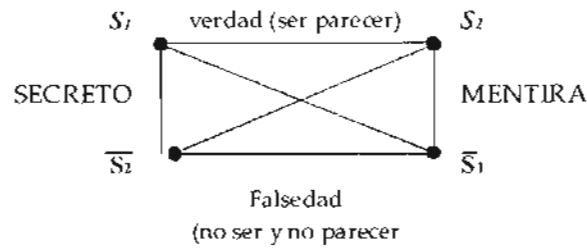
Los cuadros semióticos de Greimas, como ya se mencionó anteriormente, son la base principal de un análisis donde se considerarán las siguientes categorías:

1. LA ESTRUCTURA ELEMENTAL DE LA SIGNIFICACIÓN. El desarrollo lógico de esta categoría es binaria y se da por oposición. Los elementos básicos de identificación son:

S_1 y S_2 nivel de forma contenido integrado por dos contrarios. Por ejemplo en el cuadro de veridicción se indica que en ellos se encuentra la suma de la *deixis* negativa, donde se encuentra la mentira.

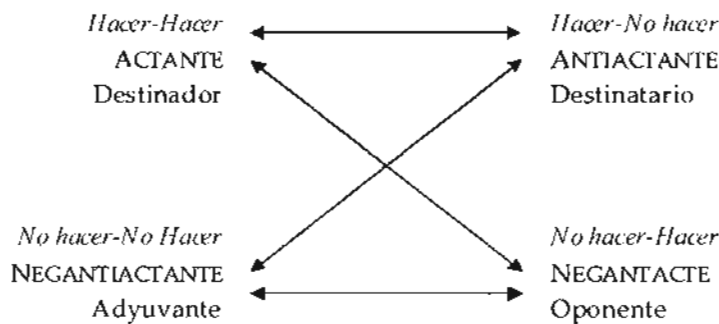
$\bar{S}_1$ y $\bar{S}_2$ significan dos semas en existencia bajo términos contradictorios

CUADRO 19. CUADRO DE VERIDICCIÓN



Dichas acciones, que bien pueden ayudar a construir un sujeto político y activo en la toma de sus decisiones, implican el eje semántico de la *participación*, donde el PODER manifiesta la relación bajo tensiones del *adyuvante* y el *oponente*, es decir, aquellos que están en apoyo o auxilio del *actante*, quien debe superar las pruebas o problemas a los que se someta por parte del *oponente*. De esa forma se alteran o pueden cambiar los roles de los *actantes* y *adyuvantes*, pues sólo se explican con base en las circunstancias o problemas a los que se enfrenta. Básicamente es la relación de Poder—Hacer. Saber—Hacer.

CUADRO 20. MODELO ACTANCIAL SOBRE LA DISCURSIVIDAD DE LOS AGRICULTORES DE CAFÉ ORGÁNICO



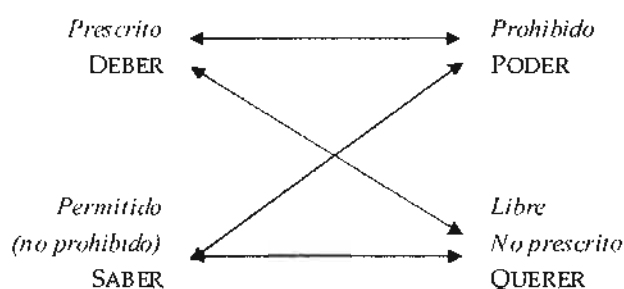
Elaboró: Elizabeth Bautista Flores.

Dichas acciones, que bien pueden ayudar a construir un sujeto político y activo en la toma de sus decisiones, implican el eje semántico de la *participación*, donde el PODER

manifiesta la relación bajo tensiones del *adyuvante* y el *oponente*, es decir, aquellos que están en apoyo o auxilio del *actante*, quien debe superar las pruebas o problemas a los que se someta por parte del *oponente*. De esa forma se alteran o pueden cambiar los roles de los *actantes* y *adyuvantes*, pues sólo se explican con base en las circunstancias o problemas a los que se enfrenta. Básicamente es la relación de Poder—Hacer, Saber—Hacer.

Como parte de la estructura profunda del discurso, se encuentran el eje semántico de la COMUNICACION, en el cual se implica la relación entre *Destinador* - *Destinatario*, es decir, a quien se dirige el mensaje. Si bien aún no se han realizado existe la posibilidad de que se realice, de ahí la importancia en la relación de Deber—Hacer y Querer—Hacer.

CUADRO 21. MODELO ACTANCIAL SOBRE ACCIONES



Elaboró, Elizabeth Bautista Flores.

Si bien con la propuesta semiótica-narrativa que se seleccionó brindaba un campo muy amplio para trabajar, había elementos que no del todo estaban claros y uno de ellos fue la volatilidad de los contenidos que, desde el comienzo a la fecha han sufrido actualizaciones, además que la mayoría de las páginas electrónicas permanecen, y la estructura sobre la cual se presentan los textos

De ninguna manera, este tipo de análisis pretende cuantificar las referencias a una palabra, como es el caso del análisis de contenido. En el mejor de los casos se busca verificar el valor de las evidencias recopiladas tanto en las páginas electrónicas como con

las entrevistas. El planteamiento analítico propone un desdoblamiento semiótico-discursivo, donde se pueda integrar las figuraciones de los indígenas productores de café orgánico y la narración que ellos hacen de su propia vida a través de las páginas electrónicas.

Básicamente es el comienzo narrativo de una identidad basada en las diferencias internas y de mayor profundidad con las diferencias de aquellos tienen otras prácticas productivas y formas de vida. Esta es la propuesta de análisis que se desarrollará con mayor amplitud en el capítulo cinco, donde el caso de los productores de café, indígenas han desarrollado un discurso muy particular, que funda su intención no en la reivindicación de una lucha milenaria, sino en un objetivo más inmediato, y su génesis se narra desde que comenzaron a ser una comunidad y posteriormente toman una forma de comunidad virtual, que circula a través de la red de Internet.

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADO DEL ANÁLISIS EN PÁGINAS ELECTRÓNICAS

En el presente capítulo se analizará el contenido de once páginas electrónicas que contienen la representación de algunos Pueblos indígenas dedicados la producción de café orgánico en México. Comenzaremos con la explicación sobre la composición de los elementos de diseño, para continuar con la referencias a la comunidad en su modalidad virtual de productores cafetaleros; después seguiremos con el estudio de los logotipos de cada una de ellas, hasta concluir con los textos que integran los discursos que se muestran, en diferentes ventanas o vínculos.

Como se ha mencionado en varias ocasiones, el modelo teórico que rige estos análisis es el semiótico discursivo, puesto que desde esa perspectiva fue posible hallar herramientas para enriquece aún más los resultados, mismos que habrán de exponerse en el capítulo siguiente.

13. Los productores de café orgánico en comunidad

Antes de proceder al análisis de las páginas electrónicas es pertinente aclarar que en las comunidades que se visitaron como parte del trabajo de campo realizado en Chiapas y Oaxaca, donde además se efectuaron algunas entrevistas de corte periodístico para recopilar información en cuanto a quiénes son los responsables del diseño, producción y administración de las páginas electrónicas que se encuentran en la red de Internet.

En ese sentido, podemos agregar que los miembros de las comunidades de producción realizan con periodicidad reuniones para informar, decidir y coordinar los

trabajos a realizar en el campo o bien relacionadas con otras actividades productivas (artesánias, procesamiento de productos, faenas en el campo, entre otras), para el año en curso. Dichas reuniones pueden estar calendarizadas o bien responder a los ciclos productivos de los cultivos. En el caso del café, la pizca de la cereza se efectúa, dos veces al año (febrero y octubre), por lo cual los miembros de esa comunidad deben reunirse de manera plenaria/general para discutir temas referentes a “los anticipos”, que son los pagos que se darán previos a la venta del grano; la forma de organizarse para el cosecha, la asesoría técnica o aquello que le preocupe a alguno de los integrantes.

Las reuniones son de forma general e incluyente y se realizan en lugares específicos donde puedan estar todos. Es decir, en las oficinas centrales o bien alguna bodegas, dependiendo del nivel de organización y recursos con los que cuenten. Tanto hombres como mujeres, si son propietarias de tierra o cubren los requisitos de membresía, tienen acceso a participar; los invitados [como fue el caso propio] sólo pueden observar desde el lugar que se le asigna previamente.

Cuando las comunidades se encuentren alejadas y a fin de hacer más eficiente la comunicación se tienen estructurado un grupo de representación que llevan y traen información de su región. En consecuencia, resulta difícil afirmar que todos los integrantes de una comunidad se conozcan. En lo observado durante las visitas sí es común que los pertenecientes a una región en particular se conozcan, debido a los lazos de parentesco de vecindad, pero en organizaciones de mayor número y cobertura geográfica, como UCIRI o la CNOC es poco probable que *todos* se conozcan.

Lo anterior se puede deducir porque la estructura de la comunidad establece un organigrama con especificidades en las funciones de cada uno de los representantes comunitarios, ninguno de los miembros tiene la facultad de vender directamente su producto, por lo cual los intercambios comerciales se dan a través de las organizaciones internacionales, de origen holandés y alemán, por mencionar algunos, como se describió en el capítulo 1.

Por lo tanto, es relativamente complicado aseverar que la presencia de los productores de café orgánico en la Internet ha tenido repercusiones directas en la comercialización de la cereza o algún otro producto. Lo que sí es verdad y productores de Chiapas y Oaxaca lo mencionaron insistentemente durante las entrevistas, fue que con Internet y las computadoras podían tener acceso inmediato a los precios internacionales de café, así como llevar con mayor claridad las finanzas de la comunidad, e incluso señalaron la facilidad para algunas labores administrativas o de comunicación como el envío/recepción de correspondencia a diferentes lugares.

Cabe subrayar, dado los objetivos de la presente investigación, que sí fue notable la apropiación de las TIC por parte de los productores de café en el sentido de que las páginas electrónicas son aporte propio, en primer lugar porque cinco de las once páginas cuentan con servidor propio, mientras que las restantes se apoyan en el servidor de LaNeta, pero ésta sólo les apoya para asesoría, y el contenido y diseño en buena medida lo deciden los “clientes”, lo cual de nueva cuenta nos lleva a deducir que la información vertida en el ciberespacio está decido por los miembros de la comunidad de productores de café orgánico.

A fin de evitar posturas festivas es necesario mencionar que si bien se informa, decide y aprueban este tipo de estrategias de comunicación, no todos los integrantes de la comunidad entienden con precisión lo que es una página electrónica o un sitio *web*, por ejemplo. Además debemos enfatizar que este tipo de actividades se han designado a las jóvenes generaciones, un grupo reducido de muchachos, hijos de los pequeños propietarios, que por lo regular ya cuentan con una instrucción educativa de nivel medio o superior. A esto habremos de añadir que con la diversidad de grupos que conforman la producción orgánica, también son constantes las presencias de académicos, investigadores, religiosos o de organizaciones civiles, podemos pensar que pueden proponer, empero quienes deciden son los integrantes de la comunidad indígena.

14. Las comunidades virtuales en las páginas electrónicas

El nuevo lenguaje posibilita la utilización de conceptos donde el más relevante es el *hipertexto*⁶⁵; éste permite hacer el recorrido por la red y tener acceso a una serie de datos, información y hasta mensajería electrónica y conexiones a distancia por medio de procesadores, por mencionar algunos. La forma de presentación de todos ellos es por medio de las páginas electrónicas, donde se localizan diferentes ligas (links), a otros documentos que pueden proporcionar mayor información sobre el tema que se solicita. La presentación de ligas se da por un subrayado o bien el movimiento de iconos que se enfatizan al contacto del señalador; además el *hipertexto* puede proporcionar vínculos a dibujos, sonidos, video y hasta en tercera dimensión, por lo que a ello se le conoce como *hipermedia*.

En resumen, la unidad básica de la World Wide Web es la página de Internet, también conocida como página Web o electrónica misma que puede definirse como “un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualesquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo”⁶⁶. Siendo la unidad básica de todo un complejo informático y de datos se seleccionó trabajar con estos elementos, con las cuales se realizará el análisis discursivo de los productores de café orgánico.

14.1. Las páginas electrónicas

Las once direcciones electrónicas de los productores de café orgánico de Chiapas, Oaxaca y Puebla se integran de la siguiente forma: cinco comunidades virtuales cuentan con su propio servidor del que dimanen las páginas electrónicas de: UCIRI, Tosepan Titataniske, UCIZONI, MAJOMUT e ISMAM; mientras que para las otras comunidades el servidor es

⁶⁵ Cfr. Capítulo 2 del presente trabajo se brinda una mayor explicación sobre este término

⁶⁶ www.informaticamilenium.com.mx/paginas/espanol/sitioweb.htm

LaNeta⁶⁷. Lo relevante de esto es que, dado el formato vertical con el que se diseñaron, a quienes cuentan con un servidor propio, les ha sido permitido integrar elementos de la comunicación organizacional la que, a su vez, implica el orden jerárquico (horizontal y vertical) entre los miembros de la comunidad, para el mejor desarrollo de cualquier empresa, con base en propuestas integrales de comunicación.

Las “ligas básicas” en las páginas electrónicas⁶⁸, son: Bienvenida, Noticias, Somos, Proyectos, Hipervínculos y Contacto; son, por así decirlo, los puntos clave para explicar lo que son esas comunidades. Con base en la *hipertextualidad* de las páginas electrónica se abren una serie de “ventanas” que añaden más información sobre la comunidad de productores cafetaleros, pero de forma virtual. **UCIRI**, por ejemplo, integra un modelo amplio en cuanto a las estrategias de comunicación, pues con las anteriores “ligas” se vincula a otras organizaciones internacionales.

Tosepan Titataniske, con formato horizontal, ha incluido -en su última actualización, al momento de realizar en presente texto, en 2007- los vínculos de: Inicio, Nosotros, Productos, Servicios y Contacto. Si bien en su discurso alude a la importancia de las lenguas indígenas, esto lo hace sólo por medio de palabras aisladas a las cuales le sigue su inmediata traducción al español; además de que en la parte izquierda de la página, y como vínculos alternos, incluye: Quiénes somos, Nuestra historia, Programas de trabajo, multimedia (videos).

Un diseño, igualmente funcional, es el de **UCIZONI** que atiende a una diversidad mayor, en virtud de estar integrada no tan sólo por productores cafetaleros; esto tal vez explique que entre las ligas se incluyan: Programas y actividades, Nuestra historia, Plan institucional, Resistencia contra la globalización, Publicaciones y videos, Acervo fotográfico, Comunicados y eventos. Tales apartados dejan ver con mucha más claridad el

⁶⁷ LaNeta es una organización civil creada en 1991 como un servicio de comunicación electrónica para organismos no gubernamentales, otras organizaciones sin fines de lucro y agencias vinculadas al trabajo de éstas. La experiencia de LaNeta se centra en el sector no gubernamental <http://www.Laneta.apc.org/LaNeta/QuienesSomos.htm>

⁶⁸ Estos datos también pueden observarse en los cuadros anexos donde se muestra de forma gráfica como se compone cada página electrónica y cuáles son las “ligas” o hipervínculos que contiene

carácter político que la caracteriza y su tendencia a organizar y trabajar con las problemáticas de indígenas en Oaxaca.

En el caso de Chiapas, la **Unión MAJOMUT**, en su propio servidor, considera como parte de su estrategia de comunicación: Inicio, Introducción, Objetivo, Nuestro café, Comercio justo, Café orgánico, Compradores, Certificación, Calidad y Proyectos de desarrollo. En un formato horizontal, invita a visitar la página en inglés, francés y español, idiomas por demás idóneos tanto para el comercio como para el posicionamiento de sus productos en el mercado de la Unión Europea.

En lo referente a **ISMAM**, las ligas son: Quiénes somos, Localización, Área de influencia, Instalaciones, Proceso de cultivo, Control de calidad, Qué producimos y qué exportamos, Reconocimientos y Contáctenos. En ambos casos hay una clara intención empresarial. El uso del plural se presenta tanto en español como en inglés, una situación similar ocurre con la UCIRI.

Dos casos interesantes, provenientes del servidor LaNeta, son **Las Comunidades Campesinas en Camino** (CCC-SSS), que incluye: Inicio, ¿Quiénes somos? ¿Qué hacemos?, Nuestros productos, Contáctenos e Idiomas (español e inglés); explica, asimismo, la misión, visión y principios como parte del desarrollo empresarial y adjunta la descripción de los valores, con base en los cuales, se rige esa comunidad. En una situación similar, aunque quizá con menos esmero, se encuentra la **Unión de Ejidos de San Fernando**, cuyo servidor es también LaNeta, pues sus ligas son: Inicio, Unión de ejidos, El café, Productos, Noticias, Enlaces y Contacto.

Lamentablemente la **CNOC**, organización con servidor LaNeta que incorpora la mayor parte de las comunidades analizadas, tiene un formato vertical y sólo muestra una fotografía de mala calidad (píxeleada) e incluye dos páginas con información muy escueta. Algo parecidas, por la escasez de información, son la **Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal y Tzotzil** (dos cuadros de información) y **Yeni Navan** (cuatro fotografías)

En materia textual, todas coinciden en la construcción de textos expositivos y descriptivos relacionados con las actividades de la comunidad y con las relaciones que se establecen a su interior. Sólo cuatro de ellas exponen argumentos (expositivo-argumentativos) para referirse a otras acciones, proyectos y vínculos con otras organizaciones nacionales o mundiales; adicionalmente muestran, a manera de testimonial, una amplia gama de fotografías y mapas de su ubicación. UCIRI, 12 fotos; *Tosepan Titataniske*, 15 fotos; MAJOMUT, 21 fotos y un mapa y UCIZONI, 59 fotos, dos mapas, cuatro caricaturas y seis carteles. De aquí se deduce el gran valor comunicativo que tales comunidades conceden al ámbito visual, aún cuando ninguna estima necesaria la animación como parte de una movilidad e interactividad mayor.

Tratándose de los logotipos, hay que señalar que cada una de las comunidades cuenta con el propio; éste se provee de elementos adecuados que engloban los objetivos y peculiaridades de la organización de cultivadores. Es conveniente subrayar que dos de las comunidades que nos ocupan, *Tosepan Titataniske* y UCIZONI hacen un énfasis muy especial en la importancia que tiene para sus integrantes la utilización, apropiación y administración los diferentes medios de comunicación (radio, Internet y prensa, por ejemplo).

Sin embargo es preciso mencionar que en ese proceso de apropiación de medios, el video y ahora navegar en el ciberespacio son los más comunes en cuanto al uso en los Pueblos indígenas, en primer lugar por los bajos costos y en segundo por el acceso a ésta tecnologías, con lo cual, y en tercer lugar, se han desarrollado las habilidades visuales y temáticas en el manejo de los mismos.

Tanto en UCIZONI como en *Tosepan Titataniske* están disponibles videos que realizados al interior de las propias organizaciones; si por un lado, en la comunidad de Puebla se hizo la correspondiente versión en lengua náhuatl, en la de Oaxaca, por el otro, se alude sí a la importancia lingüística y cultural, pero la traducción respectiva se dejó de lado.

El caso de la radio, es prácticamente limitado, primero por los marcos jurídicos del artículo 27 constitucional y luego por los lineamientos de la Ley de Radio y Televisión, que

data de 1960, eso limita el acceso a permisionarios y concesionarios. Añadido a lo anterior, también existen serias restricciones con el Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas (SRCI) de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), que si bien cuenta con 20 emisoras en Amplitud Modulada y cuatro experimentales en Frecuencia Modulada (vía satelital), la cobertura apenas alcanza 15 estados y transmite en 31 lenguas originarias y español. Además, el acceso a puestos de decisión por parte de miembros de los Pueblos indígenas es controlado (www.cdi.gob.mx).

14.2. Los logotipos

A continuación se muestran los logotipos que identifican a las organizaciones productoras de café orgánico y que son uno de los elementos que llamaron nuestra atención desde los inicios de la investigación. Tomado de las artes gráficas, el vocablo logotipo -en términos de nuestro trabajo- alude a la identidad entre las regiones del país y del mundo en las que las comunidades que nos ocupan tienen presencia; es un elemento cuya función principal es expresar gráficamente los estrechos vínculos de comercio y de comunicación que las organizaciones han logrado a fin de posicionar en el mercado los artículos que producen.

A pesar del interés por las formas de representación y la multifacética variedad de elementos contenidos en cada uno de ellos, se optó por hacer tres grandes bloques en los que se insertarían las 11 *Comunidades Virtuales*. Al primero de ellos se le denominó *NATURALEZA VIVA*, ya que sus características más relevantes le hacen referirse a elementos del entorno como montañas, soles, cafetos (granos o planta), árboles o animales y que pueden mostrarse en vinculación con seres humanos: clásicos escenarios para el ideario indígena y de gran soporte para el campesino. En este sentido se ubica Dehouve (2001), quien sostiene que la comunidad se fundamenta en principios de estabilidad y tradición, pues se basa en principios agrarios de los que deriva la certeza de que por “su origen se siente con derechos”.

CUADRO 22. LOGOTIPOS DE COMUNIDADES VIRTUALES CAFETALERAS

LOGOTIPO	COMUNIDAD
	COORDINADORA NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAFETALERAS (CNOC)
	UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA REGIÓN DEL ISTMO (UCIRI)
	COOPERATIVA TOSEPAN TITATANISKE (UNIDOS VENCEREMOS)
	YENI NAVAN S.P.R. DE R.L.

LOGOTIPO	COMUNIDAD
	UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA ZONA NORTE DEL ISTMO A.C. (UCIZONI)
	COMUNIDADES CAMPESINAS EN CAMINO S.S.S.
	SOCIEDAD COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TZELTAL Y TZOTZIL
	SOCIEDAD DE TRABAJADORES AGRÍCOLAS DE LOS ALTOS DE CHIAPAS, A.C.
	UNIÓN DE EJIDOS Y COMUNIDADES DE CAFETICULTORES DEL BENEFICIO DE MAJOMUT

LOGOTIPO	COMUNIDAD
	INDÍGENAS DE LA SIERRA MADRE DE MOTOZINTLA SAN ISIDRO LABRADOR S DE SS (ISMAM)
	UNIÓN DE EJIDOS DE SAN FERNANDO

Elaboró: Elizabeth Bautista Flores.

A este bloque se le subdividió, primero, en la *particularidad*, sinécdoque que en su sentido inductivo, hace tomar una parte por el todo (Beristáin, 1997). Los logotipos aquí agrupados presentan granos de café y una mano en acción indefinida, pues se desconoce si trata de asirlos, si de sostenerlos o si de aventarlos hacia el cielo; del objeto mano, tampoco se conoce el sexo al cual pertenece, a esta subdivisión corresponden el de la CNOC, con cuatro granos de café dispuestos en círculo; los ejes que cruzan marcan la línea divisoria entre los granos de café e indican, a la vez, cuatro partes y, con ellas, los puntos cardinales que rememoran los espacios cíclicos de las culturas indígenas, es decir, los pasos de la vida y de la muerte. En este, como en otro de los 11, es interesante la carencia de color, pues son los únicos monocromáticos.

El de MAJOMUT presenta, en color ocre, tres granos de café y una mano; dos granos más sustituyen las *oes* del texto. En el de STAACH, se observa una mano, con pulsera, que se acerca a una rama con cerezas de café, listas para ser cortadas. Se ofrece, asimismo, un

diseño con colores muy vivos, que remiten a la tonalidad de la piel e, incluso, la de la tierra: de forma contrastada se encuentra el verdor de las hojas en la rama y el rojo del fruto.

La segunda subdivisión de ese primer bloque es la *Feminidad o Mujer-naturaleza* de la naturaleza, donde la representación de la mujer adquiere una especial relevancia. El criterio para establecer esta subdivisión surge de notar la importancia que se concede a los roles al momento de distribuir el trabajo entre hombres y mujeres; por un lado, se pudieron observar hombres que, trabajando directamente en el campo, se constituyen en actores principales que muestran su relación directa con la tierra a la cual proveen de cuidados evitando el uso de productos químicos en sus siembras; las mujeres, por su parte, permanecen como una referencia clara e inequívoca a la fertilidad, a la procreación y a quien, por supuesto, es necesario cuidar. Es la madre tierra quien provee con cultivos de calidad y brinda sin distinción sus frutos a sus hijos indígenas.

Indirectamente, se alude a la división del trabajo al interior de las comunidades cafetaleras y, por ende, también se habla de los usos y costumbres que se observan al interior de esas comunidades, reforzando el papel materno entre las mujeres y el de proveedor entre los hombres. Esta puede ser una de las líneas en las que, sin ánimos de entrar en el debate de género, puede continuarse con investigaciones más profundas pues, amén de arrojar datos interesantes en ese aspecto, se tiene la oportunidad de considerar a los enunciarios del discurso. En esta subdivisión se ubican los logotipos de *Tosepan Titataniske*, *Yeni Navan*.

La tercera y última subdivisión es la que sugiere la presencia directa *hombre-naturaleza*. Aquí pueden situarse por el entorno que representan sus logotipos: ISMAM, Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal y Tzotzil y la Unión de Ejidos de San Fernando, pues en ellos la presencia de varones se enmarca en un entorno natural, pero es en parejas o grupos, con lo cual se podría evidenciar la presencia de colectivos y el trabajo con responsabilidad en cuanto a las labores a realizar.

Un segundo bloque fue denominado *RELIGIOSO*, éste se caracteriza por la marcada alusión a elementos considerados sacros como la circularidad, símbolo clásico de la

divinidad y perfección de un Dios supremo. Además, por el empleo de colores como el verde que remite francamente a la espiritualidad. Los ejemplos más claros son el de UCIRI que, en un fondo verde, presenta a 12 personas las cuales asemejan tomarse la mano para conformar un círculo de esa manera en principio también alude a la unidad y la equidad, pues no hay distinciones por género, edad o etnia. Ello a pesar de lo dicho por VanderHoff sobre el logotipo en relación a que refiere a la unidad, como parte de la idealización de la comunidad de productores cafetaleros.

En el simbolismo que existe dentro de UCIRI vuelve a aparecer la visión relacional del ser humano. No en vano nuestra organización lleva por lema "juntos venceremos". El símbolo de UCIRI es un círculo de hombres y mujeres tomados de la mano. El que un paquete de café lleve el marchamo de Max Havelaar quiere decir éste es un producto que hemos elaborado todos juntos con mucha alegría y placer. Uno de los lemas de UCIRI es: "La felicidad nunca se vende y nunca se salda. La hacemos juntos (Rozen y Vanderhoof, 2001, 32)

Mas en el fondo esto podría interpretarse como una analogía con los 12 apóstoles de Jesucristo o como referencia, un tanto rebuscada, del Santísimo, uno de los objetos eclesiales de mayor veneración en la iglesia católica.

Habría de recordar que la experiencia de UCIRI se ha propagado y compartido con más organizaciones nacionales, simulando la acción de un apostolado de reivindicación y resistencia para con los pobres. El logotipo de CCC-SSS también resulta interesante porque, a primera vista, sólo muestra la presencia de montañas enmarcadas en un círculo de color verde y dentro otro objeto, mientras que en la parte inferior se simula un pez en cuyo interior hay tres círculos; esta última representación es de un alto contenido simbólico cristiano: el pescador de hombres.

Por otra parte, el pez muestra, en forma antropomórfica, extremidades separadas (una frente a la otra) lo que implica movimiento, dando así lugar al sentido de camino en el que se encuentra esa comunidad de productores.

El último bloque fue llamado *PUEBLO INDÍGENA*, en él se retoma parte del imaginario indígena, ya que los logotipos aquí ubicados se valen de los elementos básicos: plumas y

lanzas de madera. Ambos sintetizan los atavíos para la guerra o la confrontación. Aunque bien puede considerarse que la presencia de un escudo de plumas no necesariamente remite a la agresión, sino que también implica protección. Las lanzas aparecen anudadas por el centro, donde la punta de una de ellas está representada por gotas de agua, mientras la otra consta de dos puntas; de esa manera parecen aludir a los cuatro puntos cardinales, una referencia básica de la cosmogonía indígena.

Cabe mencionar que ninguno de los tres bloques propuestos se excluyen, al contrario, tan son incluyentes en sí mismos que queda abierta la posibilidad de referirse a ellos de una forma mixta, pudiendo ampliar su convivencia, lo que con toda seguridad brindaría muchas más opciones de análisis para el futuro; pero que, dados los objetivos de este estudio, se dejarán de lado.

15. Posturas y miradas en logotipos

Los dos últimos bloques ameritan un análisis específico respecto de los elementos utilizados para significar la presencia humana: en la postura, las formas, las miradas y las imágenes suelen encerrarse contenidos simbólicos que, o bien aluden de modo muy preciso a la comunidad y a la interrelación tanto con el entorno como con los demás integrantes o bien a la incorporación a un ecosistema. Tal análisis habrá de realizarse únicamente a los logotipos de la comunidades de UCIRI, Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal y Tzotzil, Unión de Ejidos San Fernando, *Tosepan Titataniske* y Yeni Navan.

En cada uno de ellos, la postura corporal se distingue por eludir la frontalidad; de ninguna manera las figuras humanas se muestran de frente al consumidor al que, al menos en el discurso, dicen apelar. Tampoco los integrantes de las *comunidades virtuales* se muestran frontalmente para dejar ver quiénes son y cuáles las razones que tienen para invitar a conocer ese “mundo orgánico”, como parte de su filosofía y forma de vida. Se da aquí nuevamente la aparición de un paralelismo en el que las representaciones humanas parecen evitar mirar a los otros, al tiempo que rechazan ser mirados por aquéllos.

CUADRO 23. FIGURAS HUMANAS EN LOGOTIPOS



Fuente: Elizabeth Bautista Flores.

En los discursos, el *nosotros*, usado de manera recurrente por parte de los productores, es una forma clara de inclusión y de consolidación al interior de las comunidades; pero es también otra manera, no menos diáfana, de exclusión profunda para los que no pertenecen a su comunidad. A este punto, acuden de inmediato a la mente los *sin cara* o *sin rostro*, aquellos que, si bien existen, están en contacto con la naturaleza y pueden tener estrechos vínculos, al interior de la *comunidad*, hacia el exterior no trascienden pues no existe un solo rostro, ni hay características con base en las cuales se pudiesen conformar otros estereotipos. Resulta así que son diferentes; son, en suma, una *comunidad virtual*, autodefinida como diversa. Cabe señalar que, en este caso, la mirada contribuye a contrarrestar la presión del otro para continuar con otras estrategias en la formas de comunicación.

Eso ocurre, por ejemplo, en el logotipo de *Tosepan Titataniske*; en él, la mujer, vestida con falda y blusa, se halla de pie y abraza un ramo de hojas; pudiendo observarse solamente la espalda y una cuarta parte de su rostro. Luciendo un peinado tradicional, a la atractiva mujer se le ve en actitud de esperar por algo, pues sus pies, enfundados en las típicas sandalias, están en el mismo eje, lo que indica inactividad. Por otro lado, el gran ramo de hojas simboliza el dominio sobre la naturaleza y la cosecha de los frutos. Si bien

Tosepan Titataniske tiene como base el cultivo del café, en ninguno de los planos del logotipo se alude al grano, ni tampoco a la presencia masculina.

Una situación inversa se da en los casos de la Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal y Tzotzil y la Unión de Ejidos San Fernando que en sus respectivos logotipos es con hombres que se representa la *comunidad virtual*. En cada caso se muestra a un par de hombres que se encuentran y tienen como acompañante una planta de café; ninguno, sin embargo, mira de frente al espectador; mientras que entre ellos las miradas sí se cruzan. Hacia afuera las limitaciones se acentúan por cuanto que el logo de la Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal y Tzotzil incluye una abeja, queriendo con ello referir el comienzo de la sociedad. Incorpora, asimismo, la limitante circular a través de las letras y una leyenda en tzeltal: *JUNAX COTANTIC. COOL CONTIC* que significa *dos personas, dos idiomas, un solo corazón*. Diríase que se está ante una verdad de perogrullo, ya que, por una parte, se representa un aspecto de la diversidad cultural y, por otra, una peculiaridad lingüística; todo para significar ¿tal vez también con el sombrero? la unidad por el trabajo agrícola.

La Unión de Ejidos San Fernando apuesta al sepia como referencia a la tierra, además de que en su logotipo es fundamental la referencia al territorio, del cual surge todo su trabajo de producción: SAN FERNANDO, CHIAPAS. En la parte superior se dibuja una especie de hongo protector para los hombres quienes (de perfil y vestidos con pantalón, camisa y sombrero) aparecen tocando y mirando de frente las hojas del cafeto; se percibe, pues, un trabajo de reciprocidad realizado por hombres de campo, pero se observan, además, detalles que permiten conciliar entre sí mismos a dos individuos similares, sí, pero no iguales. Se explica, por consiguiente, la posibilidad de mirarse a la distancia; sin por ello dejar de ser visibles. Se trata, de nueva cuenta, de una acción excluyente, pues se opone a la hibridación de los diferentes, éstos no pueden estar mezclados ni tampoco unirse. La separación es idónea, el punto de unión es el café en una región particular.

En un sentido de visibilidad muy interesante, en el logotipo de la comunidad Yeni Navan Michiza aparecen cinco pueblos étnicos encabezados por una mujer que, ataviada de huipil y con el cabello trenzado, tiene a sus espaldas a tres hombres que trabajan en la recolección del café; los cuerpos de los participantes se encuentran cubiertos por las hojas de los cafetales, de forma que sólo son perceptibles los torsos de los hombres, quienes, por cierto, tienen más intenciones luminosas; de hecho sus cuerpos tienen tonos claros y se muestran en actividades individuales, aun cuando ninguno se mira. Por otro lado, los contornos de la mujer tienen una carga adicional de tinta para dar profundidad e indicar la diferencia con los otros



personajes, no sólo por cuestiones de género sino también para contrastar la actividad a la cual se dedican. La presencia femenina se distingue por la inactividad, pues su figura está en un plano de tres cuartos y vuelta hacia a una de las esquinas del logo. Tampoco sostiene la mirada de algún interlocutor, ni da la espalda a sus compañeros; con los brazos desnudos sostiene, a la altura de la cintura, un canasto que sugiere no tanto la pizca de la cereza sino el acarreo del fruto para su posterior secado. La cantidad de personajes varones es sin duda mayor a la de sus compañeras, lo que puede conducirnos a un trabajo compartido, aunque con marcada diferencia en la división sexual del trabajo.

Para esta *comunidad virtual* todo lo enmarca el café, desde los granos de la planta que, a manera de fondo, soportan la imagen completa, hasta la flor de cinco pétalos que contiene los nombres de las etnias que la integran. Se observa igualmente que, para evitar confusiones, cada una de las comunidades está delimitada por las líneas de un círculo, toda comunidad tiene un principio y un fin y entre ellas no hay mezclas.

El logotipo de la UCIRI tiene características que lo hacen particularmente diferente. En primera instancia las líneas delgadas que tocan a los rectángulos simulan la figura de una flor que extiende en plenitud, de nueva cuenta una referencia evidente a la naturaleza y trabajo de proyectos de desarrollo comunitario, ante la protección del entorno; de ahí que también simule una red que marca límites para dar énfasis a lo que está dentro, es decir, el punto de convergencia de cada uno de las figuras humanas que forman un segundo círculo.

En el mismo logotipo, la referencia al ser humano está determinada por siluetas que no permiten saber si están de frente o de espaldas; todas carecen de rostro y de ninguna se pueden precisar el sexo, el color, ni nada que las haga diferentes de las demás. Las siluetas parecen unirse por las extremidades superiores para conformar el círculo de la comunidad; sin embargo no es clara en ellas la presencia de manos o dedos que se entrelacen, todo lo más semejan puntos de encuentro para el surgimiento de una nueva figura.

CUADRO 24. CIRCULARIDAD EN LA COMUNIDAD: UCIRI



Como puede apreciarse, los miembros son considerados en sí mismos como la parte fundante de la misma, de ahí la constante presencia del *nosotros* que en su connotación *deítica* implica una marcada distancia con aquellos que no sólo son diferentes, sino que permanecen de tal manera ajenos a sus actividades agrícolas, y que no pueden identificarse con uno solo de los elementos simbólicos que se muestran en los logotipos. Más claras no pueden ser la distancia y la diferencia, pues mientras unos se dedican al cultivo, los otros, sus opuestos, se dedicarán al consumo. Si bien el primero buscará proteger la naturaleza, el otro se afanará en la protección de su propia salud. La distinción estriba en el interés por lo

colectivo y por la individualidad respectivamente, pero dejando de lado la idea de un YO único y aislado.

Definitivamente no es un yo, político, que se evidencia y toma la palabra, como voz única. Es un *Nosotros* como comunidad, *Nosotros* como y en organización, *Nosotros* como un todo frente a los *Otros*. Es pues, un *nosotros* que en algún momento puede integrar a *otros*, pero por el momento, marca su distancia e indirectamente dice: *no a todos*.

CUADRO 25. RELACIÓN ENUNCIADOR—ENUNCIATARIO DEL DISCURSO VISUAL⁶⁹

	Enunciador	Enunciado	Enunciatario
<i>Deíctico</i>	Nosotros	Él	Ellos
<i>Actante</i>	Indígenas	Producción orgánica Venta de café orgánico	Consumidor de café orgánico

Elaboró: Elizabeth Bautista Flores

Las *comunidades virtuales* —especialmente indígenas— integran una diversidad mayor y hablan en plural para subrayar el número de sus integrantes y, sobre todo, para validar la fuerza existente a su interior con base en la incorporación de grupos heterogéneos en la comunidad, tal como se explicó en el capítulo primero de este estudio.

En el diseño de los logotipos de las *comunidades virtuales* de productores de café es innegable la presencia de organizaciones locales, regionales e internacionales de las que emanan ese tipo de discursos que han logrado —aunque con limitaciones en el plano visual— tender los primeros puentes para una comunicación eficaz.

⁶⁹ Con base en la propuestas de García Contio José "Algunas representaciones de indígenas peruanos. Identidades y multiculturalismo en la fotografía de Javier Silva" Universidad de Leuven/Universidad de Lima <http://www.ubma.edu.pe/Revistas/contratexto/pdf/03.pdf>

16. Construcción discursiva y vínculos en la red

Como parte de la descomposición analítica de las páginas electrónicas, se procedió a identificar aquellos enunciados que se ajustaban a toda una serie de categorías semióticas propias de la narrativa (origen, pruebas, héroes y enemigos) y de las cuales se ha podido derivar una muy amplia gama de opciones; para efectos de nuestra investigación, sin embargo, sólo se consideraron los elementos discursivos que parecían referirse a la construcción de la comunidad como una organización comercial destinada a la venta de los productos obtenidos por sus miembros.

Este es uno de los niveles que nos propusimos alcanzar con la realización del estudio, de ahí que nos hayamos circunscrito a las formas alternas e institucionalizadas de la narratividad de los Estados-nación que se han empeñado en mantener la hegemonía sobre otras expresiones culturales. Es evidente que el esfuerzo emprendido desde hace al menos dos décadas está arrojando los primeros resultados tras convertirse en parte de una práctica cotidiana. Puede decirse que las características típicas de estas comunidades, comenzaron a delinearse desde la apropiación del café, a ésta le siguió la implantación y práctica de la agricultura orgánica, y se concluyó con la apropiación y empleo de las TIC, con lo que, de manera inherente, se ha propiciado aún más entre indígenas la intención de organizarse no sólo en función de sus peculiaridades étnicas y/o culturales, sino también con base en la división del trabajo que es otra forma -por demás profunda- de vincularse y establecer valores entre la gran diversidad de sus miembros.

Dadas las experiencias comerciales con beneficios directos para los miembros de las comunidades, adquieren una relevancia trascendental aquellas narraciones en las que se expone una visión propia de la génesis no de un grupo étnico, sino de la reconstrucción de la memoria colectiva a partir de la historia ideal.

16.1. El Discurso

El análisis del discurso se realizará con base en tres campos semánticos⁷⁰ seleccionados con referentes a PRODUCCION ORGANICA son aquellos en los que se alude a la presencia de todo un contexto agrícola y de desarrollo de nuevas formas de cultivo, así como a la fuerte presencia de los indígenas como *actantes* (héroes) de todas las narraciones que se cuentan a favor de la formación, fortaleza y consolidación de la comunidad de productores. Cabe señalar que a partir de la diversidad étnica y cultural que componen dichas comunidades y que fue señalada en los anteriores capítulos, se describe una historia de la genealogía de la agrupación sin distinguos de otro tipo.

De igual manera, también habremos de valernos de otro campo semántico como la *DIVINIDAD*, éste será considerado en dos niveles: uno, el que remite principalmente a la idea de Dios, con base en las religiones cristianas, y en especial la católica, así como con fundamento en códigos o decálogos que rigen la incorporación o expulsión de los miembros, según corresponda. El otro nivel son los *SABERES*, donde se ubican los mitos, como los que refieren a la protección y cuidados que *se tienen* como una herencia y por lo tanto, son los responsables y *deben procurar* la protección a la naturaleza (identificada como “la madre”) y que, a su vez, fundamentan las idealizaciones sobre las antiguas culturas, al tiempo que, dan origen a los discursos sobre el conocimiento de la producción orgánica. A este nivel se ligán aquellos elementos estereotípicos, donde los diferentes pueblos étnicos se vinculan únicamente por intereses comunitarios, sin fines de lucro y apegados a modelos de producción para el autoconsumo.

Por último, se encuentra también el campo semántico *COMERCIALIZACIÓN DEL CAFÉ*, en éste se incorporan los elementos de vinculación con otros espacios de nivel internacional, donde los indígenas tienden sus principales redes de trabajo y venta entre

⁷⁰ Los campos semánticos se componen por redes de relaciones semánticas, los cuales se organizan “en torno a un concepto/base que es común a todos los *lexemas* debido a que abarca el conjunto de los *semas* nucleares (los característicos de cada *sementia*)” Beristáin, además, menciona que en cada campo semántico existe un campo léxico “constituido por el conjunto de los *lexemas*, y un campo conceptual o nocional, que es el de las ideas denotadas” Beristáin *Op Cit* pp 79

países consumidores de café orgánico. Si bien son importantes las naciones a las que venden el producto, el ciclo de venta se cierra con la adquisición del grano por parte del consumidor (individuo), a quien en voz de los propios productores se pretende convertir en un nuevo tipo de consumidor: el *solidario*; esperando con ello superar los traspiés que pueden tender los acaparadores e intermediarios (coyotes), para limitar los alcances del negocio del café mexicano.

16.2. Los cuadro actanciales

1. *La estructura elemental de la significación.* El desarrollo lógico de esta categoría es binaria y se da por oposición; los elementos básicos de identificación, son:

S_1 y S_2 nivel de forma contenido integrado por dos contrarios. Por ejemplo, en el cuadro de veridicción se indica que en ellos se encuentra la suma de la *deixis* negativa, donde se encuentra la mentira.

$\bar{S}_1$ y $\bar{S}_2$ significan dos semas en existencia bajo términos contradictorios.

CUADRO 26. LAS RELACIONES ACTANCIALES⁷¹

S_1	ACTANTE Destinador	↗	ANTIACTANTE Destinatario	S_2
$\bar{S}_1$	NEGANTIACTANTE	↘	NEGANTACTE	$\bar{S}_2$

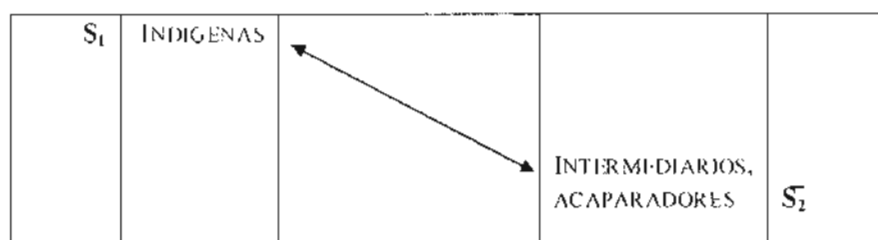
Elaboró Elizabeth Bautista Flores.

Una vez expuesto el cuadro semiótico, que incluye en forma general los campos semánticos de las páginas electrónicas, se explicarán las *deixis* que unen las dimensiones de este cuadro en contrario (horizontal) y contradictorio (vertical). La relación de S_1 vs $\bar{S}_2$

⁷¹ Los siguientes cuadros que aparecen en el presente capítulo fueron elaborados por la autora con base en varios modelos propuestos por A. J. Greimas

revela los problemas ante los que se enfrentan los *actantes* que, en este caso, son los INDÍGENAS (productores de café orgánico), quienes tienen que lidiar con los *negactantes*, es decir, los INTERMEDIARIOS y ACAPARADORES, en varios niveles del proceso de venta, distribución y secado del café pergamino⁷² a nivel local y nacional.

CUADRO 27. LOS ACTANTES: PRIMERA TENSION



Elaboró: Elizabeth Bautista Flores.

La relación entre los contrarios implica un alto grado de interés por la forma en la cual se construye el discurso de las comunidades productoras de café orgánico y la manera como se presenta “el coyote”. La significación que éste tiene en la integración de la *comunidad virtual* es fundamental para comprender el grado de organización que debieron estructurar los diversos Pueblos indígenas, así como la apropiación de las TIC, para utilizarlas en su favor. De hecho, en la mayoría de los casos, con excepción de CNOC, ISMAM, MAJOMUT y UCIZONI, se alude a la presencia de ese personaje como el *negactante* empeñado en su objetivo de abusar del indígena, pues está al pendiente de impedir una nueva forma de vida; básicamente es quien les mantiene incomunicados y trata de aislarlos y distanciarlos. De conseguirlo se podría mantener el sometimiento de los productores cafetaleros. Una forma de enfrentarlo es tendiendo vías de comunicación, sean

⁷² En el proceso de recolección de café, una vez que se ha cosechado de las plantas en forma de cereza, se continúa con el despulpado, es decir, se separa el fruto de los granos de café, mismo que tiene una delicada cubierta verde. Este, una vez secado, se le conoce como café pergamino y es procesado en el beneficio para su secado. Hay dos formas de secar: la tradicional en la que se tiende en petates y de tiempo en tiempo se mueve para una mejor eliminación de la humedad. Otra forma es por medio del uso de máquinas especializadas.

éstas caminos o formas de interactuar con otros productores que estén fuera de su región, a través de las FIC, o bien coordinar trabajos en el campo.

En la página electrónica de *Tosepan Titataniske* se señala que al abrir caminos, darles mantenimiento y luego pavimentarlos pudieron romper “el aislamiento de las comunidades, que por estar mal comunicadas eran fácil presa de los acaparadores y comerciantes”, esta acción fue producto de la gestión ante las autoridades locales, lo mismo que la prestación de otros servicios como electrificación, drenaje, agua potable, educación y atención a la salud. Cabe mencionar que la *Tosepan*, desde 1974, tiene un estrecho vínculo con el Colegio de Postgraduados, del que desde entonces reciben asesoría.

La de UCIRI menciona, por su parte, que eran ellos quienes venían “con sus bestias a la montaña y nos lo pagaban barato [el grano de café]”, principalmente por carecer de caminos para transportar por sí mismos su producto; alude, asimismo, a la pobreza de los productores que se veían imposibilitados para llevar el café a la ciudad de Ixtepec, Oaxaca; mas de poder hacerlo, tenían que vérselas con acaparadores que castigaban el precio del producto supuestamente por encontrar imperfecciones en el proceso de secado.

La comercialización en UCIRI ha sido un proceso cada vez más significativo para nuestra organización ya que desde el principio la hemos hecho directamente a nuestros clientes, tratando de quitar el intermediarismo generando un aprendizaje que ha ido mas allá de la comercialización, gracias a esto se ha impulsado y fortalecido otras dimensiones de organización, participación y desarrollo

En el mismo sentido, Yeni Navan se refiere a los acaparadores como aquellos que atentan contra “la única fuente de ingreso familiar” de los indígenas campesinos, pues los precios a los que pagan el producto son muy bajos. Otra de las características del *negaciente* es no sólo la compra barata del café al productor, sino el excesivo costo a los consumidores. La página de la CNOC se toma relevante por los objetivos que auspiciaron su desarrollo; se trata propiamente de una página con textos expositivos donde lo que menos importa es mencionar la construcción de la comunidad. En ella sólo se indican los

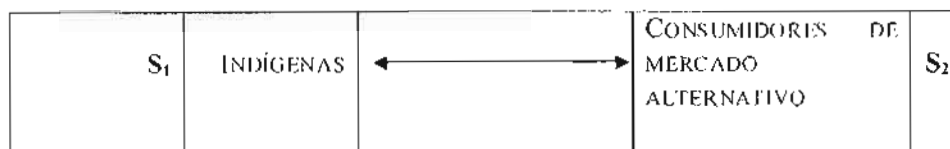
objetivos (conservación del ambiente y promoción de consumo del café) al tiempo que se señalan las relaciones que mantienen dentro y fuera de México con otras productoras de café. Es claro que los ejes de trabajo para esas comunidades son la comercialización, el financiamiento y la asistencia técnica así como la organización. ISMAM sigue la misma línea temática, ya que el discurso se centra principalmente en los altos estándares de calidad que distinguen su producto en venta, lo cual le ha significado una serie de premios y reconocimientos a nivel nacional e internacional.

En los casos de MAJOMUT y UCIZONI sí se ubica a un *negactante*. Para ISMAM el problema es la dependencia económica de las familias mientras que para la UCIZONI lo es la migración de jóvenes. Como se dijo anteriormente, tienen un carácter más político, por lo que en su argumentación identifican claramente al proceso de mundialización y a los megaproyectos de empresas extranjeras como causantes del despojo de sus tierras, ejemplo de ello son Plan Puebla-Panamá y la existencia de organismo multilaterales. Es decir, hay dos tipos de enemigos, aquéllos que se encuentran dentro del gobierno federal y los otros “enemigos tan poderosos que muchas veces tienen sus oficinas fuera de México”.

La presencia de este *negactante* internacional nos introduce a la segunda tensión actancial formada por la relación entre INDÍGENAS (S_1) y CONSUMIDORES DE MERCADO ALTERNATIVO (S_2), también denominado dentro de este modelo como *antiactante*.

Diríase que todo esto forma parte de las etapas a implementarse para revertir el problema y hacer llegar el aromático a los consumidores (S_2), es decir, a los NO Indígenas.

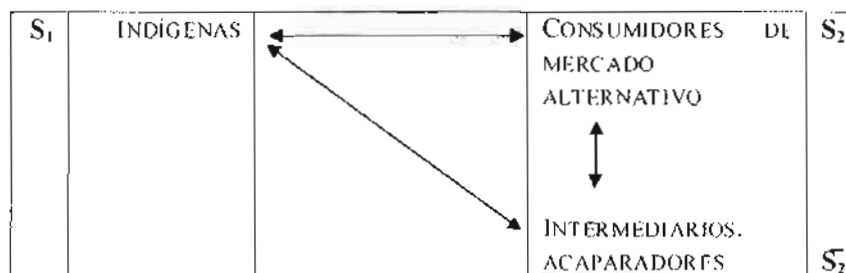
CUADRO 28. LOS ACTANTES: SEGUNDA TENSIÓN



Elaboró: Elizabeth Bautista Flores

Los CONSUMIDORES DEL MERCADO ALTERNATIVO pueden caracterizarse por los amplios márgenes de consumo y elevados niveles económicos. Suelen ser, de hecho, ciudadanos de países del primer mundo, como: Japón, Estados Unidos y Alemania, por mencionar algunos (Cuadro 29); pueden tener, por lo tanto, mayor capacidad de selección ante la variedad de productos que se ofertan en los mercados. “Conscientes de promover el consumo de café en México y de acortar la brecha entre productores y consumidores”⁷³

CUADRO 29. LOS ACTANTES: TERCERA TENSION



Elaboró: Elizabeth Bautista Flores

En el cuadro 29, se muestra la parte de esa relación contradictoria (vertical) lo mismo que las tensiones que se dan entre los CONSUMIDORES DEL MERCADO ALTERNATIVO (S_2), *antiactante*, y los ACAPARADORES E INTERMEDIARIOS (S_2), *negactante*. Es esta una tensión originada por la venta y posicionamiento de un producto obtenido mediante el desarrollo y aplicación del cultivo orgánico. Empresas como *Starbucks* o *Wal-Mart*, por ejemplo, ofertan una variedad considerable de productos orgánicos como parte de una estrategia de mercadeo para ganar más consumidores y mostrar su adhesión hacia el cuidado del ambiente y a la ayuda a pueblos vulnerables. En el fondo se mantiene la política mundial de controlar a pequeños pueblos de productores de café (lo que sucede con Viet-nam y algunos países de África), como los principales surtidores del grano y con

⁷³ www.cnoc

ello consolidar el acaparamiento alimentario por regiones. Así lo expresan las Comunidades Campesinas en Camino:

una forma de cultivar la tierra y manejar el ganado rescatando el conocimiento campesino e indígena y aprovechando las técnicas de la agricultura y ganadería ecológica. aprovechar, mantener y mejorar los recursos naturales de la región, no alterar ni contaminar el medio en que vivimos y obtener de la naturaleza alimentos sanos y de gran valor nutritivo

Cabe recordar que uno de los más recientes problemas ocasionados por la existencia del Mercado Justo, pues en su discurso señala los beneficios directos a productores, es el planteado por la Organización Internacional de Café (OIC) que, con organizaciones aliadas, está tratando de eliminar aquella opción de venta alternativa y de mejora de precios, pues su intención es la de lograr la existencia de un solo mercado para la estimulación del consumo. Sin embargo, la presencia de solo un mercado mundial llevaría, como ocurrió en los años ochenta, al control y acaparamiento del aromático, así como de otros productos por parte de las empresas antes mencionadas.

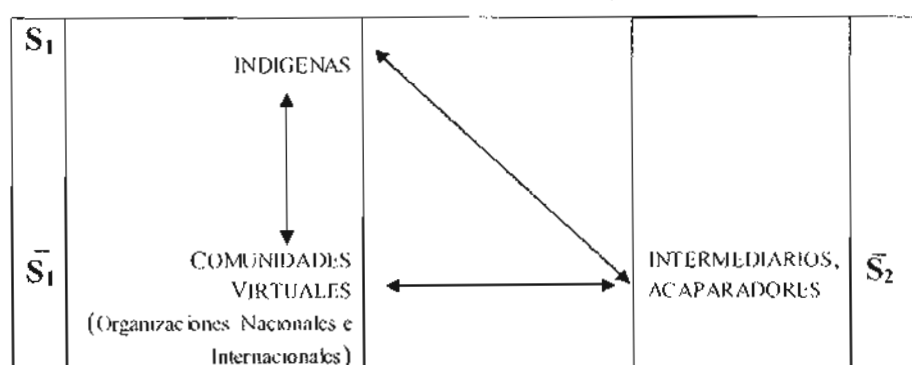
En ese sentido, intermediarios y acaparadores también se encuentran en diferentes niveles (locales e internacionales), donde los productores, ya no sólo del café, y de otros artículos más deben superar los obstáculos ya sea para organizarse e incluso formar una *comunidad virtual*, lo que les llevaría al uso y apropiación de las TIC si lo que desean es tener vinculaciones con otros pueblos similares y formar redes cada vez más amplias, o bien disponerse a vender de forma más directa los artículos y productos.

Es así como intentan cautivar a los consumidores de las naciones más ricas del mundo; la parte contradictoria estriba en que si bien se estimularía la venta de café de manera alternativa, respetando la diversidad y con el consecuente beneficio directo para los productores; como consecuencia de la mundialización, se correría el riesgo de caer en la trampa de la homologación y la desaparición de identidades, pues los productores de café orgánico, a nivel mundial, obedecen a un solo sello: Max Havelaar y Precio Justo.

Incluso, como se mencionó en el capítulo primero de este trabajo, se han ya normado y establecido los márgenes institucionales para uso del logotipo.

Las *comunidades virtuales* hacen énfasis en la pluralidad que las compone, así como en la riqueza y fortaleza de su cultura, a partir de los aprendizajes heredados; en esto consiste, en buena medida, la construcción de la identidad del indígena mediático, pues a través de ella se proyecta la esencia institucional y nacionalista de los años posrevolucionarios.

CUADRO 30. LOS ACTANTES: CUARTA Y QUINTA TENSION



Elaboró: Elizabeth Bautista Flores

El de hoy es un indígena más enfocado a una actividad determinada, para el caso el trabajo de campo es lo más recurrente; recordemos que, al tratar los logotipos, en alguno de ellos se evita dar la cara, los indígenas se cubren o bien aparecen sin rostro.

Como puede observarse en el cuadro 36, la relación entre *INDIGENAS* en las *COMUNIDADES VIRTUALES*, supone una construcción entreverada por todos los elementos de las políticas actuales de producción y que son promovidas desde organismos internacionales, entre ellas: la política de la sustentabilidad y la producción orgánica; la de interacción de organizaciones internacionales para crear formas alternativas de comercialización y la del gran impulso en el manejo de datos, resultado de las TIC.

Todos estos cruzamientos (políticos, culturales, tecnológicos y económicos) impulsan otras tantas manera de referirse a colectivos, organizaciones y comunidades indígenas, entre los que se incluyen, marcando sus diferencias, los campesinos, pues éstos aprendieron a cultivar y poseen una porción de tierra y son pequeños propietarios; mientras que los indígenas tienen conocimientos ancestrales, proclaman una herencia al adjudicarse una relación más estrecha con el pasado e incluso con la naturaleza.

Esto nos conduce necesariamente al encuentro de lo que atinadamente puede llamarse un *indígena mediático*, no sólo en función de estereotipos, ni tampoco en el sentido *hiperreal*⁷⁴, sino porque bajo esta connotación se establece una relación más dinámica que permite crear *lo indígena* con base en construcciones muy propias y derivadas de políticas indigenistas provenientes de la posrevolución y que los mismos antropólogos como Gamio, Caso y Aguirre Beltrán, entre otros, ayudaron a consolidar. Respecto de los productores cafetaleros también se suma la experiencia de tantos años de haber permanecido acasillados en las fincas; por ejemplo en Chiapas, de donde no sólo tomaron el grano, sino que también aprendieron a cultivar y desarrollar otra alternativa de producción.

Baste recordar que la idea de comunidad, desde la perspectiva política aplicada en el indigenismo mexicano durante la segunda mitad del siglo XX, fue la clave para la inserción de los pueblos indígenas en un proceso de "mexicanización" (Marzal, 1993). Treinta años después, el factor que aceleró la transformación de esos pueblos fue la apropiación de la tecnología a tal grado que éste vino a dar paso a la creación de las *comunidades virtuales* donde el discurso es controlado y diseñado con la finalidad, muy válida, de incrementar la venta de sus productos y la reivindicación política del movimiento indígena. Es cierto que la presencia de organismos internacionales es notable, pero también lo es que las formas de expresión son muy propias de pueblos marginados.

⁷⁴ Referencia a la construcción indígena del Amazonas, muy vinculado al modelo de Alcida Ramos del indígena ecologista, pero en este caso se menciona la relación más estereotipada sin intenciones de comercializar o bien luchar con la naturaleza, esta construcción se enfoca más a la parte mítica y de formación de figuras antropomórficas.

16.3. La ideología

Esta fue una de las fases más fructíferas del análisis, pues nos permitió identificar al sujeto en acción desde una perspectiva más política: de ahí la importancia de mostrar no sólo las acciones sino también los valores en torno de los cuales los productores cafetaleros se mueven y desarrollan en su calidad de miembros de una *comunidad virtual*.

Habría de recordar que la ideología greimasiana comparte el nivel superficial que implica el *querer ser* y, por ende, el *querer hacer*. Desde esta perspectiva se ubica a un *actante* en acción, pues es necesaria la relación objeto-sujeto, donde la acción es el eje entre *el querer* y *el hacer*. El eje semántico es el DISEÑO de lograr y vencer las pruebas que se presentan a lo largo de la narratividad; la mayor parte de las páginas seleccionadas hacen una descripción del nacimiento de la comunidad.

La Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal y Tzotzil, en su página electrónica comenta que luego de la crisis del café en la década de 1980, “nosotros como productores nos quedamos solos y en una situación muy difícil ya que los estímulos económicos y de asistencia técnica también desaparecieron”. Este fragmento ilustra muy bien la forma en la que los miembros de las *comunidades virtuales* se han reivindicado a sí mismos como sujetos que permanecen en resistencia ante las situaciones más difíciles. Pero esta acción de resistir manifiesta también el relativo silencio que se guardó para organizar a varios miembros de la comunidad para trabajar en su propia comunidad⁷⁵.

UCIRI es la que más enfáticamente narra el proceso de organización comunitaria, pues en el discurso se describen sentimientos negativos que sitúan a sus miembros en un punto de prueba máxima donde, al tener todo en contra, deben vencer los miedos propios y afrontar a sus detractores o enemigos (*negantiactantes*) para fortalecer la organización y consolidarse en la independencia económica.

⁷⁵ Un como punto de apoyo a todas esas labores fue el representante de la iglesia católica, Francisco Cipriano, quien donó el terreno para instalar oficinas centrales, actualmente ubicadas en San Cristóbal de las Casas, Chiapas.

Así trabajamos un poco tristes por las deudas con el Banco que nos pesaban mucho. Algunos socios se desanimaron porque querían ver rápido su dinero. No fue fácil seguir adelante pero lo hicimos con la esperanza de llegar a tener personalidad jurídica sacando nuestro registro y así poder exportar directamente nosotros mismos⁷⁶.

MAJOMUT, por su parte, se remonta a la llegada del aromático a tierras oaxaqueñas y chiapanecas, respectivamente; nativos de estas últimas señalan que fueron “nuestros padres y abuelos [quienes] trajeron la semilla de las fincas del Soconusco a donde iban a trabajar en la cosecha y las adaptaron a sus propias huertas” Esto marca una diferencia muy clara de origen y de clase; para algunos Pueblos indígenas no fue una imposición el cultivo del café, situación contraria a lo ocurrido con los oaxaqueños quienes afirman: “ya casi hace cien años nuestros antepasados empezaron con el cultivo de café,” lo cual implica una distancia entre la iniciativa propia y la obligación de cultivar un grano ajeno a sus tierras. En lo que concierne a la clase, es evidente la influencia de las fincas, por lo regular grandes extensiones de tierra, propiedad de extranjeros, en oposición a las huertas, pequeñas propiedades de los indígenas acasillados.

La organización busca consolidar relaciones de largo plazo con los compradores, en donde el objetivo es mantener una oferta permanente de café, de la mejor calidad en el mercado y que los consumidores tengan la seguridad que al comprarlo apoyan los procesos de organización social, de conservación del medio ambiente y de desarrollo comunitario.

No obstante la diversidad de formas en las que llegó el café a estas regiones de México, hay circunstancias compartidas por UCIRI y MAJOMUT, por ejemplo, sus indígenas carecían de beneficios directos y de largo plazo lo que les ayudó a sortear con mayor esmero todos los avatares que se les han presentado en su búsqueda de opciones y de apoyos internacionales.

⁷⁶ Los subrayados son de la autora

Resulta por demás interesante la postura que adoptaron al momento de justificar la modalidad de producción orgánica, pues hacen hincapié en los beneficios que habrá de aportarles la recuperación de su saber ancestral, en clara oposición al tema de la tecnología moderna, al cual se le considera como un depredador que daña y maltrata no sólo la herencia de sus antepasados, sino también el futuro de las próximas generaciones indígenas; de esa manera el producto que ofertan en el mercado es cargado con costos mayores.

Nuestro café no proviene de grandes plantaciones comerciales, ni es cultivado con tecnología "moderna". Las plantaciones de café de cada uno de los miembros de la Unión Majomut son parte de un sistema de cultivo heredado de nuestros antepasados mayas manteniendo una gran diversidad ecológica y una estructura muy parecida a la vegetación original de nuestros parajes.

Dichos costos, que se cargan al consumidor, se justifican no sólo por la forma de cultivo, sino también por la calidad que se le confiere durante el proceso de selección, empaquetado y transportación hasta que se presenta en el punto de venta. De ahí que ISMAM mencione la utilización de "técnicas agro-ecológicas de sabios de la cultura maya, quienes se conocen como los artistas del café", sin duda una desproporción discursiva con rasgos estereotípicos, pero que en el contexto justifican y fortalecen la invención del indígena siempre arraigado a la tierra y vigilante de la naturaleza. La Unión Majomut señala:

existen pocos [cultivos de café] que se obtienen directamente por los mismos productores y sus familias en una relación íntima con la naturaleza y con conocimiento ancestral de sus leyes... Nuestro café es orgánico porque es producido libre de químicos. Es orgánico porque cuidamos el suelo y el agua que son el patrimonio heredado de nuestros antepasados y que dejaremos a las generaciones futuras. Es orgánico porque cada productor cuida sus plantas, obtiene sus frutos y los procesa junto con su familia.

La UNIÓN DE EJIDOS DE SAN FERNANDO maneja su discurso en la misma tesitura de defensa orgánica, pues aducen que dicha técnica evita agredir "al medio ambiente y la naturaleza", ya que los abonos e insecticidas que se emplean son generados dentro del

mismo ecosistema de *policultivos*. Mas en el fondo de todo está la necesidad de obtener la certificación que, como se mencionó en el capítulo primero, también es una exigencia de algunas de las organizaciones internacionales que se encargan de avalar a las comunidades para que puedan vender su(s) producto(s) en el exterior.

En su gran mayoría las comunidades que nos ocupan se muestran interesadas en el desarrollo de herramientas que les desliguen de los acaparadores e intermediarios, tal es el caso de las que integran *Tosepan Tiutatiske* que aseguran que al haber logrado su “autonomía como productores” se dedicaron a “otras actividades como la construcción de nuestros beneficios húmedo y seco de café, así como de numerosas bodegas y patios de secado”, lo cual les ha permitido trabajar en la implementación de otros servicios para la comunidad, aunque cabe mencionar que todo ello se derivó de un consenso entre los técnicos del Colegio de Posgraduados, con el que trabajan desde 1974, y las comunidades de indígenas de la Sierra poblana.

El discurso en UCIZONI y STAACH se centra básicamente en el señalamiento de tensiones políticas y de enfrentamiento con formas de gobierno e instituciones particulares. Magnifican, de hecho, las actividades que realizan siempre con un acentuado énfasis en la labor de resistencia y enfrentamiento. Tal postura invita a pensar que se existe otro tipo de resistencia muy similar a la que reconoce Barabas y que se explicó en el capítulo segundo de este trabajo, pues se centra más en el personaje que en la *comunidad virtual*. En ese sentido, la STAACH llega a decir, por ejemplo:

Siempre luchando al lado de las comunidades campesinas e indígenas se lograron importantes conquistas, formación de muchos ejidos y nuevos poblados así como el combate contra los caciques

La intención, además, es criticar y marcar una distinción con las instituciones oficiales que reciben el apoyo del gobierno en turno pues, en su opinión, favorecen el poder de pueblos hegemónicos. De esa manera, dicen, se avalan organizaciones como las promovidas por la iglesia en las que sus líderes son mestizos y extranjeros, lo que se traduce

en una nueva forma de colonización y sometimiento que, desde su perspectiva, genera más decepción e inconformidad entre indígenas.

De esta manera en Chiapas una organización ligada fuertemente a los intereses de la Iglesia católica manejada exclusivamente por mestizos y muchos extranjeros que se hace llamar indígenas de la Sierra Madre (ISMAM) produce café orgánico de estándares superiores en calidad, cuenta con recursos financieros ilimitados y ha ganado premios a la exportación y a la producción.

La UCIZONI, autodenominada defensora de más de 40 comunidades y ejidos al recuperar la tierra, se apropia de toda la historia de los pueblos indígenas cuando afirma que “La Historia de UCIZONI es la historia de los pueblos indios del Bajo Mixe y del Istmo, pero también y en parte es la lucha de los pueblos indios mesoamericanos en su lucha por un futuro mejor, autónomo y libre”. De tal suerte que los NEGACTANTES son representados: sea en miembros del Ejército, a quienes se les atribuyen la provocación de conflictos; sea en diferentes gobiernos a los que se caracteriza por ser represores e invasores de tierras, o sea en proyectos promovidos por organizaciones internacionales. De manera sintética, así interpretan su historia:

Desde hace más de 500 años nuestras tierras fueron invadidas por los Mexicanos, hay testimonios de fuertes batallas, tiempo después llegaron los españoles y se apoderaron de las mejores tierras y arrasaron bosques y selvas ricas en árboles de maderas preciosas. Hace 150 años los norteamericanos quisieron apoderarse del Istmo Mexicano y hace exactamente 100 años los ingleses asociados con el Dictador Porfirio Díaz, introdujeron el Ferrocarril. En años más recientes los Gobiernos de López Portillo, Carlos Salinas, Zedillo y Fox han tratado de imponernos grandes megaproyectos como el Alfa-Omega, el Megaproyecto del Istmo y el Plan Puebla-Panamá.

En estos discursos, con carácter político, es relevante la presencia de estas organizaciones a nivel narrativo, pues en ambos casos se remontan a los años setenta y se muestran derivaciones de partidos políticos y de organizaciones emanadas del pensamiento político de la izquierda mexicana. Ello le ayuda a soportar al ACTANTE heroico que supera las intenciones del NEGACTANTE por detener su transformación.

Mientras que la organización oaxaqueña UCIZONI proclama claramente su simpatía hacia el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), y alude a su participación en el proceso de paz en esa región, desde 1994, al formar parte de los Diálogos de San Andrés e incluso en la caravana denominada La otra campaña, en 2006; en un sentido opuesto se ubica las STAACH quien declara practicar otro tipo de resistencia, al negar alguna relación con el movimiento armado y considera que

la irrupción del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), entendimos que nuestro esfuerzo organizativo no proporcionaba opciones sino que las angustias y la impotencia se acumulaba [sic] en las comunidades conduciendo a los pueblos campesinos a la violencia ciega

Por otra parte, las organizaciones externan su más firme decisión de promover, y difundir el uso de los medios de comunicación; dicha estrategia es también compartida por la *Tosepan Titataniske* que, además, promueve medios impresos, audiovisuales, sonoros y, por supuesto, la presencia de las TIC como otra herramienta de comunicación.

Como pudo observarse, a lo largo de la realización de este análisis se han identificado tres tipos de géneros discursivos, como parte de las *Comunidades virtuales*, que utilizan los productores de café orgánico para representarse en las en las páginas electrónicas: uno es donde proyecta a un indígena muy vinculado con la parte *ECOLÓGICA*, pues defiende y promueve el desarrollo de cultivos orgánicos, pues aún mantiene vivo el vínculo de su relación simbólica y hasta mítica con la naturaleza; otro es el correspondiente a la parte *EMPRESARIAL*, donde la estrategia comunicativa es la venta y posicionamiento del café orgánico en el mercado mundial, a través de organizaciones y comunidades de productores cafetaleros. El tercero, corresponde a un estilo *POLÍTICO-CULTURAL*, pues en él se expresa con amplitud una perspectiva de proyección a diferentes actividades productivas y desarrollo comunitario para evitar problemas como la pobreza, la migración, salud, por mencionar algunos, de tal forma que se analiza la situación política del movimiento indígena nacional y se abren espacios de difusión y crítica al contexto político y económico circundante.

En cada uno de estos géneros discursivos se identifica al *indígena mediático* no sólo como el posible transformador, sino también como el ser flexible con identidades múltiples, pero, sobre todo, surgido de la resistemización del estereotipo indígena. El *indígena mediático* es ahora más activo e incluyente; se halla inmerso en una diversidad étnica que le permite ampliar los horizontes de una comunidad territorial y local a otra *comunidad virtual* abierta, heterogénea y de mayor adaptabilidad no sólo al entorno, sino también al desarrollo de competencia comunicativa y a la apropiación de tecnología innovadora en el ramo comercial.

De esta forma, el *indígena mediático* en México es la síntesis de gran parte del movimiento indígena, así como de la apertura comercial y económica derivada del contexto mundializador y de movimientos alternativos, donde se añade la presencia, uso y apropiación tecnológica por parte de las organizaciones cafetaleras, pues por primer vez toma parte en el desarrollo de los medios de comunicación de forma activa y creativa, al tiempo que reproduce uno de los elementos de identidad más fuertes como grupo étnico, ya que en la Comunidad virtual representa la propia estructura organizativa, además de construir, narrar y difundir su historia sin necesidad de perder los vínculos territoriales, pero sí ampliarlos y hasta desbordarlos a través del ciberespacio.

16.4. El hacer de las comunidades virtuales

Para las *comunidades virtuales* su *HACER* es la venta, a través de diferentes estrategias de organización, de la producción orgánica en el mercado internacional. Es por esto que llegan a darse modelos parecidos, en cuanto a diseño y exposición discursiva, entre las páginas electrónicas, amén de que es clara la vinculación entre organizaciones. Puede decirse que la principal es UCIRI que ha compartido su experiencia con otras como MAJOMUT, la Sociedad Cooperativa Tzeltal y Tzotzil en Chiapas. De ahí también que las TIC, aparte de ser un dispositivo eficaz de difusión, se estén convirtiendo en instrumento y nodos de convergencia entre las distintas comunidades a través de sus actividades

cotidianas. Las TIC, en una palabra, unen a las organizaciones e intercambian información de uso diario, lo que bien podría ser otra línea de investigación en la que se pudiera continuar con un análisis diferente al aquí planteado.

El *HACER* de las *comunidades virtuales* puede identificarse a partir de las estrategias discursivas dirigidas a los consumidores; aquí cobra una singular importancia el agente transformador de su entorno básico y económico que, si bien de manera incipiente, sí le permite tener mayor presencia. La relación entre las *comunidades virtuales* es, en esencia, la aparente unidad que a sus miembros les confieren las diferencias étnicas y de recuperación cultural. Es cierto que puede parecer un deber de las *comunidades virtuales* recuperar su pasado, pero en ninguna de las páginas analizadas se menciona la historia como parte de una recuperación o de una intencionalidad de la memoria étnica. Es tan sólo la descripción -en algunos casos melancólica- de organizaciones comercializadoras que se adaptaron a los movimientos mercantiles y políticos de estos tiempos.

El deber de proteger a la naturaleza y cuidar la calidad de la producción debiera ser el valor primordial de cualquier productor agrícola; sin embargo, se trastoca cada vez que se menciona la importancia de la venta y la justificación de los altos precios del café orgánico, que, por cierto, es también adquirido por un sector muy pequeño de la población en países del llamado primer mundo.

CAPÍTULO V

COMENTARIOS Y REFLEXIONES FINALES

*"una pregunta que no tiene
respuesta es una pregunta
mal planteada, no un misterio"*

Roger Bartra

A lo largo de los cuatro capítulos anteriores se analizaron situaciones provenientes de circunstancias empíricas en las que convergen los medios de comunicación, en lo particular, y la política en lo general. Así se halló un espacio para emprender, desde un marco teórico más amplio y con herramientas más idóneas, la discusión sobre la problemática de las apropiaciones tecnológicas en grupos específicos de la población.

Formular las conclusiones de un trabajo de investigación no es tarea fácil, y menos lo es cuando los meses y años invertidos en él no tan sólo exigieron más y mejores conocimientos sobre el tema, sino que demandaron sensibilidad y agudeza analítica para trabajar con vastos volúmenes de información.

En nuestro caso hemos de aceptar que sería petulante proponer una única conclusión, si bien estamos por cerrar esta sencilla aportación, estamos ciertos en que el planteamiento de nuestro objeto de estudio permanece aún abierto, de cualquier manera se abren varias líneas de investigación que esperamos en un futuro sean retomadas y desde una perspectiva multidisciplinaria se puedan proponer otras reflexiones. Quedan interrogantes por resolver. No obstante que durante la fase que a nosotros correspondió abordarlo éste se ha nutrido con una muy amplia gama de propuestas y disciplinas, todos esos aportes tornan todavía

más complejas las dimensiones de investigación que pueden llevarse a cabo con base en planteamientos similares.

De ahí aseguremos que la dimensión política poco puede aportar sin la consideración de los marcos jurídicos adecuados; que la cultura no se puede entender sin antes dar una ojeada a la economía y que ésta puede tomar otras formas si se entrecruza con la comunicación. Todo esto como nuevas formas para relacionarse e integrarse en *comunidades virtuales*, donde la diversidad es la base y trasfondo real de lo que se pensó en el comienzo de la investigación.

Es preciso recordar que este tipo de análisis se orientó en la perspectiva de la mundialización, ya que además permite abordar las narrativas con base en actores principales, pero además permitió la comprensión de todo un proceso en que no sólo se observa la producción de café, sino que ayudó a vislumbrar las emergencias sociales de muchos actores que están incluidos en un espacio y que en un primer plano no son tan evidentes.

a. La discursividad y el indígena mediático

A lo largo del análisis realizado pudo observarse cómo el propósito comunicativo por exhibir un mundo ecológico o sustentable ha sido rebasado, pues la presencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación no sólo promovieron la conservación y el desarrollo comunitario a nivel mundial, sino que trastocaron niveles espacio-temporales, los cuales están en evolución, y por ende es parte de la realidad social. En el caso mexicano, los productores de café orgánico, además de la puesta en práctica del modelo de sustentabilidad, han explorado formas de organización que les permite construir diferentes tipos de comunidades (Pueblo, Nación y Virtual), sin que ello implique la omisión o bien exclusión una de la otra. Básicamente, la presencia de la comunidad cultural también impulsa la creación, desarrollo y administración de la *Comunidad virtual*.

Sin embargo, las *Comunidades virtuales* no sólo hacen referencia a los procesos de producción, sino que también a otras formas de re-territorialización; de tal suerte que el objetivo no es propiamente la diversificación en la venta de productos ni la comercialización del café y los beneficios para la comunidad, como en un primer momento se pensó; el punto real es que existen más espacios de apropiación y participación política de estas organizaciones y tienen ya capacidad de decisión en las políticas a implementar en a nivel local, regional e internacional. Este es el punto de quiebre que se desprende del análisis realizado: toda la historia del indigenismo en México tiene repercusiones trascendentales si se le añaden el desarrollo tecnológico y la movilidad característica de los seres humanos.

El uso y apropiación de las TIC, en este caso particular, significa un desplazamiento más a los Pueblos indígenas, pero en esta ocasión no por abandono de tierras originarias, sino en cuestión de ocupación de territorios virtuales, pues en el desplazamiento se registra la posesión de un instrumental tecnológico con el cual accede a conocimientos no sólo referentes a lo que ocurre con el café orgánico, sino también es el destinatario de mensajes para difundir su cultura a través de elementos simbólicos.

Sin duda, es en la comunidad cultural, quien aporta el principal al factor que funciona como eje *transversal* en los tres tipos de comunidad; lo anterior se fundamenta en que la organización de los Pueblos indígenas en México muestra elementos culturales compartidos que rebasan los márgenes territoriales, empero se mantienen unificados, a pesar de la diversidad de narrativas que expresan un origen distinto. La comunidad nación también expresa la cultura a partir de elementos simbólicos, donde paradójicamente la territorialización es base para referir las diferencias entre *Yo, Nosotros* y *Ellos*.

Cabe subrayar que si bien, a lo largo de los discursos en las *comunidades virtuales* se manifiesta la identidad, en ningún momento se cuestiona la identidad nacional, es decir, el *ser mexicanos*. En todo caso existe, muy recurrentemente, una crítica severa a los procesos de dominación que han enfrentado como Pueblos indígenas, pero básicamente señalan a agentes extranjeros o bien dirigen las acusaciones al gobierno del Partido Revolucionario

Institucional (PRI), con dedicatoria a los últimos periodos presidenciales —si mencionamos la historia reciente— de Miguel de la Madrid a Ernesto Zedillo. De cualquier forma, la identidad de varios Pueblo indígena se mantiene, como lo menciona Villoro, por la unidad en valores y principios, pero también por formas de representación *mediáticas*, que refuerzan la identidad no como etnia sino como *Comunidad virtual*.

De esa manera es importante observar cómo se refuerzan elementos simbólicos y míticos que ayudan los productores de café a cohesionarse como comunidad para precisar actividades de producción con base en discursividades referentes a la dualidad humano-naturaleza. La idea pudiera parecer simple, sin embargo con la presencia directa del ciberespacio, y con la apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación se produce una re-sistematización de la representación del mundo indígena que conforman las organizaciones de cultivos orgánicos. Aquí es donde se obtienen innovadoras narrativas. Es decir, la presencia mediática en relación con los elementos culturales y nuevas formas de organización productiva generan no sólo la actualización discursiva, sino que en el fondo se producen, con el soporte del ciberespacio, re-configuraciones simbólicas de la comunidad con base en los Pueblos indígenas.

En síntesis, la cultura puede darse desde varias dimensiones en el ámbito de la comunidad, primero como elemento simbólico que estrecha lazos y establece relaciones estructurantes entre una serie de grupos diferenciales, luego como elemento de representaciones mediáticas, que tenderán a estandarizarse entre una amplia variedad de grupos, y por último, como una forma de consumo donde la representación que en un momento se utilizó; puede sufrir alteraciones, modificaciones y hasta transformaciones en esa misma representación pero aún así se mantendrá como parte de una identidad. Por ello, con la presencia de las TIC, las comunidades de los Pueblos indígenas amplias posibilidades de establecer vínculos (culturales, laborales, comerciales y de comunicación), por medio de un entramado de redes que les permite consolidarse en un entorno de competencia económica a nivel mundial.

Con ello es comprensible la presencia del *Indígena mediático* como sujeto social que, conforme a su espíritu, estimulara transformaciones directas en su contexto mismo, aunque no por ello habría que limitarse a mecanismos de transformación endógena, pues la comunidad ha dado ya el paso hacia la autoproducción y se ha insertado en el mercado mundial. Si las relaciones a nivel interno tienen repercusiones esto se debe a la cada vez mayor vinculación con organizaciones internacionales y formas cotidianas de organización comunal-empresarial.

La idea propuesta por Caso de un indígena apegado a su comunidad, aunque encerrado o mejor dicho cerrado por su cultura, así como la de “sistema solar” de Aguirre que se explicaba por el orden satelital a la economía “ladina”, han sido ahora superadas con el marco de las TIC. Las acciones que se ponen en práctica tienen mucho que ver con la comunicación organizacional y marketing político y económico, lo que provoca una descentralización propicia para la conformación de una nueva constelación de comunidades que se entrecruzan en las *comunidades virtuales*.

Hasta el momento ya no es complicado hablar de una red integrada por las comunidades de productores cafetaleros en cultivos orgánicos, lo que sí es un hecho es la presencia de diferentes agentes externos (académicos, campesinos, religiosos, por ejemplo), como colabores directos y hasta como asesores en cuestiones referentes a la producción de los cultivos; es en este marco que se desarrolla el *indígena mediático*, muchos son sus cruzamientos, muchos también los aprendizajes derivados de la experiencia propia o bien de los tomados del exterior, pero todo ellos se incluyen en la Red.

El *indígena mediático* habita en las *comunidades virtuales* y vive en la diversidad étnica; en ellas reafirma su identidad como grupo cultural, de ahí que en forma deítica, siempre aluda al plural: *nosotros*. Pero este *nosotros* también incluye a todos aquellos que la conforman y que, de manera indirecta, contribuyen a su fortalecimiento, no sólo por las promociones políticas desarrollistas a nivel regional, sino por la promoción cultural, apoyada ahora en las TIC y, específicamente, en la Internet. Una *comunidad virtual* será incluyente y referirá, por tanto, al multiculturalismo.

La *comunidad virtual* funge, además, como punto de mediación, entre aquellos que adquieren el producto y los productores; las organizaciones (nacionales e internacionales) son los puentes que se tienden para hacer las transferencias, transacciones y establecer vínculos con otros, pero quienes finalmente están detrás son otro tipo de indígenas que, como se observó antes, no dan la cara, son los sin rostro.

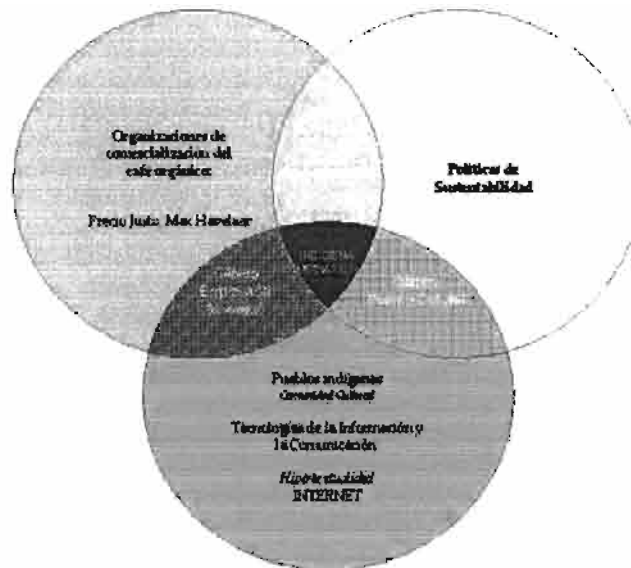
b. Los discursos en las TIC

Con la presencia de las TIC puede considerarse que las *Comunidades virtuales* aluden a tres géneros discursivos, los cuales conllevan tres elementos donde se identifican: el *quién* (Pueblos indígenas); el *qué* (políticas de cultivo orgánico) y *a quién* o *para quién* (*comunidad internacional*). Dicha relación permite identificar tres campos de actuación (Organizaciones de comercialización de café orgánico, Política de sustentabilidad y Pueblos Indígenas en tanto comunidad cultural), donde los enunciadores no sólo tienen un hacer sino también se incluyen en un decir. De ahí que la relación Acción-Discurso sea posible derivar en relaciones cada vez más complejas que permiten clasificar las formas discursivas encontradas en los documentos electrónicos estudiados.

Los géneros discursivos en los cuales se ubicaron las páginas electrónicas analizadas para esta primera revisión, es la siguiente: el primero con base en incorporación a grupos vinculados con organizaciones internacionales. Para tal efecto, resulta determinante conocer las formas con las que se representa a los enunciadores, más que por cuestiones étnicas, por elementos y valores que se construyen mediante prácticas sociales que les permite crearse una identidad que venga a resistemizar la existente.

Tenemos así un género discursivo denominado ECOLOGISTA, donde indígenas y otros grupos más se asumen como protectores de la naturaleza, además de que dicen identificar ciertos mitos que les brinda un origen y misión en el mundo de lo orgánico, de ahí su resistencia al empleo de químicos. Por lo tanto, promueven el desarrollo de proyectos productivos como alternativa para el desarrollo comunitario.

CUADRO 31. RELACIONES DISCURSIVAS EN LAS COMUNIDADES VIRTUALES DE PRODUCTORES DE CAFÉ ORGÁNICO



Fuente: Elizabeth Bautista Flores

Este tipo de discurso es común encontrar elementos también que señalen la importancia no sólo en la distribución de las actividades entre los miembros de la comunidad, sino que se apela a una clara equidad de género, pues se indica la participación de la mujer en proyectos propios. A ello se añade una clara presencia a directrices para promover la educación entre los menores, aunque queda sin aclarar si el proceso de alfabetización incluye el manejo de la lengua originaria o sólo el español. En este tipo de discursos se ubican: Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI), Sociedad Cooperativa Tzeltal y Tzotzil, Majomut, Yeni-Navan Michiza y Sociedad de Trabajadores Agrícolas de los Altos de Chiapas

De la suma de las Políticas sustentables, promovidas por diferentes sectores académicos y asesores internacionales que certifican los procesos de cultivo, así como la presencia de discursos que permiten validar algunas prácticas culturales de los pueblos indígenas, además de la incorporación de las TIC, como instrumento de comunicación, lo

que implica las habilidades lecto-escritoras propias de la *hipertextualidad*, se encuentra el segundo género denominado POLITICO-CULTURAL, donde los indígenas manifiestan una clara resistencia, en cuanto a abierta oposición, a la globalización y las consiguientes políticas neo-liberales; por ello buscan el reforzamiento de las tradiciones y de la cultura de lo que llaman sus antepasados. Los discursos aquí incluidos son los que proponen estereotipos indígenas, muy comunes y con pocas modificaciones que permitan hablar de una actualización más fina: es cierto que mencionan la aplicación de políticas de equidad de género, aun cuando no son muy claras y de la difusión de acciones a través de los medios de comunicación, sobretudo lo relativo al video o la fotografía. Ambos medios, en su momento, fueron también apropiados por diferentes grupos sociales, debido al fácil acceso, bajo costo y relativa sencillez en su manejo.

Chiapas y Oaxaca tienen una amplia memoria en este tipo de actividades, porque en entornos migratorios permitió la comunicación *cuasi*-directa con los migrantes, ante la carencia de habilidades de escritura. De esta manera se marcó uno de los primeros vínculos con las TIC, fue posible mantener la relación con los miembros de la comunidad a través del video. En este caso se encuentra incluidos: UCIZONI y Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOCA).

Por último, se encuentra el género EMPRESARIAL el cual es resultado de la interrelación de las políticas de comercialización del café orgánico y la comunidad cultural indígena; pues se caracteriza por la implementación de una amplia comunicación organizacional, regida por principios empresariales y de estimulación por parte de instituciones bancarias y crediticias; la intención empresarial de los discursos que encajan en este género es la que les permite construir un nuevo tipo de consumidor de productos orgánicos y crear conciencia en el mercado.

Las organizaciones que lo incluyen son: Unión de Ejidos de San Fernando, *Tosepan Titataniske*, Comunidades Campesinas en Camino SSS, e ISMAM.

Con base en lo anterior (Cuadro 32), puede entenderse mejor la presencia del INDÍGENA MEDIÁTICO, como agente integrador de discursos que promueven la venta de

conocimientos tradicionales, ya sea de lugares o de ritos que ahora se encuentran muy cerca de la teatralidad, de la exacerbación del trabajo comunitario y de la reivindicación de elementos indios y culturales.

CUADRO 32. GÉNEROS DISCURSIVOS EN LAS COMUNIDADES VIRTUALES

ECOLOGISTA	POLÍTICO-CULTURAL	EMPRESARIAL
UCIRI	UCIZONI	Unión de Ejidos de San Fernando
Majomut	CNOC	<i>Tosepan Titatamske</i> Unidos Venceremos
Sociedad Cooperativa Tzeltal y Tzotzil		Comunidades Campesinas en Camino SSS
Sociedad de Trabajadores de los Altos de Chiapas		ISMAM
Yeni Navan Michiza		

Fuente: Elizabeth Bautista Flores

Algunas perspectivas antropológicas consideran la relación político-cultural como fehaciente de la transformación en las distintas culturas; esto puede ser cierto, pero el conocimiento o reconocimiento de esas culturas y de sus alteraciones no sólo se debe a las interacciones políticas, sino que también se da por las mediaciones económicas y tecnológicas. De ahí que grupos de todos los niveles concedan una gran relevancia a las mediaciones. Si bien es cierto que este movimiento de los productores indígenas es apenas tangible, también lo es que constituye un nuevo punto de referencia para una gran variedad de grupos con problemáticas diferentes.

Todo cuanto hasta el momento se ha mencionado culmina con la exigencia de la reformulación del Estado en virtud de que políticas/culturas/sociedades son clave en el desarrollo de todo sistema de organización. Habrá que añadir, sin embargo, la participación económica, no por clase, sino por divisiones del trabajo, donde las identidades desempeñan un papel protagónico; ahí convergen los intereses y hasta necesidades de los participantes,

dándose así los puntos de encuentro para estimular formas alternas de creación y convivencia.

El marco financiero de la mundialización obliga a esas formas de composición política y de estrategia económica para lograr otras maneras de interpretación cultural. Tales elementos deben avanzar de manera simultánea; soslayar uno solo implicará la desigualdad, la inequidad e, incluso, el incumplimiento de la eterna promesa institucional de que el futuro será mejor. Un futuro magistralmente descrito en el papel, pero que en la práctica se enfrenta a complejos intereses de grupos (políticos y económicos), ya acostumbrados a la propia hegemonía.

La clave estriba en que, gracias a la mundialización, han sido ya aprendidas las estrategias comerciales y de competencia para avanzar según las reglas del sistema financiero en el que nos encontramos.

La identificación de estos géneros discursivos conlleva la importancia que se le ha concedido a la construcción de las representaciones del indígena y del entorno que le es propio. No se trata más de la resistencia común que recurría al enfrentamiento y la violencia para ganar el reconocimiento y hacerse visibles ante los medios de comunicación; se trata, más bien, de grupos indígenas y campesinos que tienen en su poder los medios de comunicación y cuyas propuestas emanan desde su interior, para seguir luego las formuladas por organismos internacionales. Ahora comienza a gestarse un sujeto político que entiende las formas de hacer, a partir de su entorno y conocimiento; sabe cuáles herramientas y qué lenguajes utilizar (el binario, por ejemplo) y sabe, muy particularmente, qué hacer con todo ello. (*Knowing That* y *Knowing How*)

c. Los marcos jurídicos para las TIC

El Congreso Nacional de Comunicación Indígena, realizado el mes de septiembre (10-12 de 2008) en el Palacio Legislativo en San Lázaro, ha de ser considerado, en el contexto de

nuestra investigación, como el punto coyuntural en el que convergen un sin número de posibilidades para el reconocimiento de los grupos indígenas como sujetos de derecho.

Dicho evento es importante por la forma en que se genera: el contexto político refleja una tensión que sólo se suaviza con la promesa de acceso a los medios de comunicación por parte de grupos indígena. Esta y otras actividades devienen en la conformación de un marco legal cada vez más intencionado a un activismo y de relativa participación para ciertos espacios y grupos de poder, aunque es de reconocerse que -a pesar de todo- representa mayores opciones para los interesados, especialmente, los Pueblos indígenas. Se está en espera de la validación de estos marcos legislativos para llevar a la práctica esas propuestas de acceso, apropiación, explotación y uso de los diferentes medios de comunicación en México.

Es claro que las organizaciones indígenas productoras de café orgánico han iniciado la transformación de su discurso, pues ahora dejan de ser objetos de análisis para ser sujetos de enunciación, pero también buscan otra forma de existir y explicitar lo que por derecho les corresponde. Las promesas políticas comienzan a ser reclamos, en parte cumplidos, pero ahora sin la participación del Estado. Es indudable la buena intención del artículo segundo de la Constitución Política, donde se acepta “una composición pluricultural sustentada originalmente en sus pueblos indígenas” a quienes se les reconoce, con base en la AUTONOMÍA, la libertad para organizarse y, de conformidad con el apartado B, fracción VI, se autoriza la construcción y ampliación de las vías de comunicación y de telecomunicación para permitir la integración de comunidades, además de señalar la necesidad de establecer las condiciones para que los pueblos y comunidades indígenas adquieran, operen y administren medios de comunicación.

Cualquier acción llevada a cabo en el marco de este apartado constitucional, implicará modificaciones profundas al interior de organismos institucionales como la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI); el ejemplo inmediato de ello son las radiodifusoras comunitarias que tiene a su mando ese organismo; éstas, si bien con una muy amplia cobertura, no están bajo la dirección de miembros indígenas a quienes en

realidad se dirigen. Es verdad que en su mayoría forman parte del Consejo Asesor, sin embargo, las decisiones últimas son centralizadas por la CDI. Si bien es cierto que hacen falta personas indígenas con la capacitación necesaria para ocupar esos puestos, también lo es que la estructura restringe el acceso de aquéllas a puestos de toma de decisiones.

El riesgo es la institucionalización del indigenismo, como se pensó en tiempos de Aguirre Beltrán (años 80) cuando se apostaba a la modernización y fortalecimiento del nacionalismo institucionalizado. En todo caso, es preferible y hasta necesaria la participación del Estado para hacer frente a los problemas de la mundialización, al estímulo de las identidades y a las dinámicas sociales en las cuales se extiende la diversidad al interior de las comunidades que, al crearse, seguramente, darán origen a otras tensiones político-económicas y culturales.

De ahí que sea entendible que al momento de construir la narrativa de las *comunidades virtuales*, sea clara la ausencia del Estado, como también comprensible es la presencia de otros actores como *los coyotes*, las empresas transnacionales y la corrupción en el gobierno les haya dejado, prácticamente, en la indefensión.

Las condiciones políticas para comenzar alguna modificación en las relaciones indígenas y Estado mexicano son alentadoras, pero no son aún idóneas porque, si bien algunas actitudes paternalistas empiezan a quedar atrás, todavía persiste un corporativismo y control de algunas regiones, además de la negativa a discutir sobre el tema autonomía. Es de reconocer la iniciativa emprendedora en la que se han involucrado las comunidades indígenas de Chiapas, Oaxaca y, en menor rango, Puebla. El desarrollo de esas empresas, hace más de 20 años, con carácter comunitario, es en buena medida un ejemplo que sirve para estimular a otras entidades a comenzar su propia historia tratando de incursionar en la comercialización del café a nivel nacional e internacional. El trabajo en cada una de estas *Comunidades virtuales* se deriva de académicos, políticos y religiosos, por mencionar algunos, pero también hay que decir que la apropiación de este discurso se da por parte de indígenas, quienes se presentan como los *héroes* de toda esta nueva historia.

Es cierto que puede resultar una batalla en solitario, pues la promoción de su consumo a nivel mundial es baja, de hecho, es una de las preocupaciones de la Organización Internacional del Café; sin embargo, se debe estimular mayormente su consumo al interior de México pues, según estadísticas de esa organización, el de bebidas direccionadas a las gaseosas registra casi un 70 por ciento y apenas cinco por ciento el del café.

Un fenómeno estrechamente relacionado con la presencia de empresas transnacionales que paradójicamente parece estimular -desde el ámbito político- dinámicas más complejas en el sentido de ser, existir y participar, es, a decir de Michel Foucault, el individualismo que, aparte de inducirnos a la realización de acciones para beneficio propio, propicia buscarnos en el otro, en lo que nos rodea y en todo aquello que puede dar mayor significación a la existencia.

Es momento, por lo tanto, de trabajar en otras formas de interacción, de aprovechar las nuevas modalidades de convivencia dejadas por el neo-liberalismo. Ahora, en efecto, se reconoce al individuo y, al tiempo que se privilegia la responsabilidad de sus actos, despuntan modos distintos de comunicación que, gracias a las telecomunicaciones, podrán alcanzar un nivel masivo para la distribución y manejo de la información.

Conocer el funcionamiento de las mediatizaciones y sus instrumentos es indispensable para tener un acercamiento más cauteloso a las innovaciones que la comunicación entre nuestros congéneres va asumiendo. Habrá pues que ser entusiastas y desechar el miedo al otro para concretar un acercamiento frontal que nos lleve a entender lo que los demás tratan de decir de sí mismos y lo que cada uno sabe de sí.

Las *comunidades virtuales* que en su momento se plantearon como espacios de encuentro y participación de grupos empeñados en trabajar por un mismo objetivo, son puntos (nodos) de intersección dentro de cierta comunidad donde sus miembros varían, se multiplican, cambian, se dinamizan y se reestructuran: puntos de encuentro donde lo principal son los valores que se comparten para reforzar el vínculo o, si es el caso, marcar la diferencia con el otro para reafirmar la identidad.

Por lo tanto, las *Comunidades virtuales*, son coadyuvantes en la consolidación de un proyecto de país con reconocimiento pleno a los miembros de su territorio: un país en el que se incluyan las diferencias y, por qué no, también las soberanías, con base en la autonomía, de los pueblos indígenas. Lo que tal vez menos se quiera sea romper con el estereotipo clásico del indígena para no dar paso a la imagen que simplemente están ganando, según los actuales modelos de identidad y en función de su polivalente presencia en diferentes ámbitos socio-políticos. Hoy en día los objetivos son precisos: vender la producción de los miembros de la comunidad, alcanzar la independencia alimentaria y consolidar financieramente otras estructuras bancarias a las que, por lo regular, terminan sometiéndose; aparentemente quedan de lado y sin mayor interés sus intenciones de lograr la autonomía territorial.

d. El multiculturalismo, diversidad en la comunidad

Habrà de prestar mayor atención a la triangulación formada por la relación entre la memoria, la tecnología mediática y la construcción discursiva; triada en la que las representaciones son cada vez más manifiestas en una acción social donde las enunciaciones toman forma de consumo de identidades. Dentro de una misma *comunidad virtual* hay muchas otras que se aglutinan o se desprenden, sin por ello romper los vínculos existentes entre ellas.

La comunicación nos obliga, en esta recta final, a volver a preguntarnos ¿qué partes del pasado cuentan y cómo referirse a ellas? El café y su cultivo llegaron a México por diferentes caminos. Sea cual fuere el comienzo, el grano de café está dentro de las comunidades indígenas, enmarcando su presente y el de aquellos que apuestan por otras formas para su convivencia, y también para su futuro. Persiste, sin embargo, un pasado remoto que vino a complementarse con otras historias agrícolas muy propias de nuestro presente mundializado cuya normatividad es institucional y transnacional. Paradojas estas de un sistema que se mantiene como el principal motor de comercialización para grupos

minoritarios y de poca representación política en ese Estado-nación que les impidió desarrollar por sí mismos sus estrategias de participación, comercio y comunicación en otros espacios y comunidades. El afán, en el contexto mexicano de aquel ayer, era servir a otras estrategias para sostener el marco político-social de ese entonces.

Ahora, la presencia de las TIC ha permitido el desarrollo de pequeños grupos que, al sumarse a otras problemáticas similares, comienzan a mostrar indicios de querer homogeneizarse como parte de “grupos vulnerables”. El análisis realizado dio pie a una nueva manera de ver y dimensionar las relaciones existentes entre ellos.

Las dudas no cesan y surgen nuevas y recalcitrantes preguntas con relación a lo que puede hacerse en el corto y mediano plazos; es menester, en atención a esto, formular una serie de comentarios en torno de lo obtenido y aprendido con el desarrollo de este trabajo a lo largo del cual se trató de buscar una respuesta a la pregunta ¿cómo se usan las TIC en el ámbito de la participación política? la respuesta, en su versión más simplista, se hallaría en la comprensión que pueda tenerse del entramado de relaciones socio-políticas en las que se encuentran insertos los productores de café orgánico y cuyo estudio y análisis nos llevó la mayor parte del tiempo.

Por su parte, los medios de comunicación, es cierto, apoyan estas acciones, aunque también hay que reconocer la carencia real y homogénea del conocimiento suficiente para el uso adecuado de las tecnologías de la comunicación; de hecho, sólo algunos miembros de la comunidad manejan cotidianamente las TIC, mientras que la mayoría de campesinos e indígenas, si bien conocen sus alcances, se mantienen marginados respecto de su utilización.

Lo realmente importante es comprender que, por el momento, la problemática indígena empieza a transitar por caminos que van más allá de la institucionalización y de la mera búsqueda del reconocimiento de grupos hegemónicos. En esas experiencias se pueden encontrar, primero, cruzamientos de diversidad y heterogeneidad, donde el eje de convergencia es la producción agrícola que en sí misma tiene su propia historia.

Actualmente puede observarse la integración de comunidades que existen de manera *virtual*, con evidencias en las TIC; se ven, asimismo, formas de convivencia y pactos de cohabitación por objetivos particulares en los que, a pesar de las diferencias, comienzan a compartirse valores y estilos de vida.

Entre los Pueblos indígenas hay claridad plena respecto de la importancia que implica la apropiación de los medios de comunicación en general y de las TIC en particular. Esto posiblemente ayude a entenderse los motivos para explorar otras formas de comunicación diferentes a las acostumbradas y, de preferencia, alejadas de las gubernamentales (locales, regionales, estatales y federales).

Otro tipo de medios con estrategias empresariales eficientes y eficaces puede comprenderse por el contacto con otros espacios cada vez más dinámicos que, en principio, podrían parecer ajenos, pero que a partir de la experiencia incentivan el despertar de las habilidades.

Del mismo modo en el que construyen su identidad pretenden también construir sus formas de venta y consumo. Una intención muy particular es la de pensar en un nuevo tipo de consumidor que al adquirir sus productos pueda comprar también parte de su historia; una historia consumible y narrada por algunos miembros de la comunidad como parte de una estrategia de comunicación.

Puede resultar cierto que en la intención profunda pueda encontrarse el objetivo de crear formas alternativas de venta y de producción orgánica. La aplicación de políticas públicas derivadas de los marcos internacionales, está dando a las comunidades indígenas una nueva oportunidad para reconocer el éxito logrado por otras al haber superado muchos de los problemas que afrontaban.

La Internet no es en absoluto un medio óptimo de comunicación entre ellos. Es, sí, un instrumento de difusión externo, hacia quienes no pertenecen a la comunidad; es la mejor herramienta para expresar quiénes son, qué ofertan, qué hacen, dónde están y qué pretenden. Se trata de una cuestión con mucha temporalidad: un pasado que les reivindica y presenta más fuertes, pero también una idea muy presente, propia de la Internet: ahora.

Todas estas relaciones que adquirieron una connotación problemática, se han venido gestando desde hace por lo menos dos décadas: está claro que falta mucho por escribir o, mejor aún, por observar y analizar en torno de estos procesos para aprender sobre nosotros mismos. Sin duda, tras tener varios acercamientos y ordenar algunas ideas, podrá decirse que esto es el mero surgimiento de fenómenos que se nos muestran de manera incipiente, pero que después de todo son sólo la punta de un iceberg.

e. ¿Existen las Comunidades virtuales?

Los discursos que se emiten a través de Internet son clara muestra de las transformaciones que están viviendo algunos pueblos indígenas que, si por siglos se mantuvieron excluidos, ahora expresan opciones de participación política, además de reafirmar y *re-construir* su identidad, tienen más y mejores vínculos con otras organizaciones de presencia mundial. Hay, pues, una recomposición territorial al abrirse a espacios y tener contacto con otras regiones del mundo –no productoras de café orgánico--, pero sí dedicadas a su comercialización e industrialización.

Como se dijo anteriormente, los problemas por el territorio superan a las regiones o entidades federativas, ahora también se extienden a la territorialidad misma de las TIC, los marcos legales (nacionales y mundiales), han sido rebasados ante la rápida diversificación de los usos y apropiaciones por parte de pueblos sociales. Este trabajo de investigación aborda la problemática de las TIC, pero también se ocupa de enfatizar las tensiones de poder, las desigualdades entre los pueblos comunitarios, las asimetrías al interior de cada una de las comunidades, las simbolizaciones y mitos, todo en el marco de nuevas formas de comunicación que da validez a esas prácticas sociales y que impulsa a las comunidades indígenas y campesinas de México en el nuevo siglo XXI.

El tema de la territorialización se refiere a la perpetuación y reproducción de las personas que habitan en una nación y dan forma a un Estado. Marcar los límites de ese territorio es común entre los Estados; sin embargo, el problema surge cuando se presenta la

irrupción de individuos distintos o ajenos al grupo que lo ocupa así como al territorio mismo.

Tales diferencias y categorizaciones generadas por la creación de los Estados-nación al final han provocado una serie de identidades para reivindicar derechos y, por ende, marcar como se había dicho anteriormente, la formación de comunidades heterogéneas y flexibles en las identidades que albergue (Mattelart, 2006). Ello convierte en inevitables las siguientes preguntas:

- ¿Qué lugar ocuparán los medios de comunicación para establecer el intercambio entre las comunidades, considerando que cada una de ellas pueda desarrollar proyectos productivos propios?

La paradoja en el ámbito político es ya ineludible: brindar igualdad con la diferencia. En la recomposición del Estado habrá de considerar lo difícil que será reducir todo a la elección personal e, individual de los miembros, para conferirle a la nación la solidez que requiere. Quizá se deba firmar un nuevo contrato social con base en colectivos o con el reconocimiento de comunidades o unidades sociales más amplias y diversificadas que favorecieran la integración, aunque ello conllevara la idea de homologar o estimular los falsos nacionalismos, pues sería el extremo opuesto.

En síntesis, el individuo forma colectivos más amplios, diversos y hasta numerosos al grado de superar los límites geográficos en buena medida, esto es resultado por el constante desarrollo tecnológico de los medios de comunicación, debido a la interactividad que se localiza por los espacios de conectividad, crecimiento y diversificación de Redes en los Sistemas de Información, como es el caso de la Internet, a pesar de que se limita la interacción (cara-cara). En este contexto es difícil dejar de lado la participación de los medios de comunicación. Las TIC resultan como la punta de lanza para comenzar un amplio recorrido a otras posibilidades de proyección al interior de los pueblos sociales con base en la comunicación.

Es pues, una presencia que “se aparece” gracias a la discursividad (Arendt, 2005). Para ello se requiere de un objetivo discursivo donde se representan una serie de elementos

(visuales, sonoros), a través de los recursos lecto-escritos, que ofrece la *hipertextualidad*. De una forma más amplia este tema se discutirá y desagregará la presente definición en el capítulo tercero de la presente obra.

Aquí cabría agregar la importancia del *Hipertexto*, ya que no sólo refiere a la habilidad visual: es la forma narrativa en la que se presentan los datos y se da cuenta de una historia relativamente reciente, ya que informa, ilustra, justifica y argumenta la forma de trabajo y tipo de organización a la cual pertenecen. Cabe recordar que las TIC tienen como principales característica el que son *desmasificadoras*, pero colectivas porque a diferencia de los medios de comunicación de masas permite el regreso a la individualidad, pues se personaliza en diferentes posibilidades, entre las que se incluyen el anonimato, y la presencia de seudónimos. Expresan la *interactividad*, debido a que puede darse relación cara a cara, además de ser mensajes de ida y vuelta, por eso son más importantes cómo los productores de café tienen vínculos para vender, promover y distribuir en pergamino.

Las TIC proponen la creación de *comunidades virtuales* no solamente entre individuos reales, sino también entre entidades virtuales (espacios de representación), que pueden o no tener características individuales particulares, y por último, son *asincrónicos*, pues evita la relación tiempo (condición histórico generacional) /espacio (territorio) ya no son limitantes para pertenecer a la comunidad cultural. La existencia misma de la comunidad es totalmente una representación, lo cual genera nuevas condiciones de adscripción, pertenencia, participación y acción comunitaria.

Evidentemente, los pueblos indígenas están viviendo una serie de transformaciones que les están permitiendo vincularse y recrear nuevas formas de interacción. El dinamismo cultural podría enriquecerse, con base en los elementos detonadores del cambio que toman en cuenta el encuentro multicultural de identidades y prácticas tradicionales que han sido ya reconocidas legalmente. En todo caso, y como se ha mencionado en varias ocasiones, lo que podría resultar más enriquecedor en todo este proceso de re-composición política, podría ser el trabajo no sólo entre las comunidades, sino entre las instituciones y el propio Estado mexicano. Esa, posiblemente, sea la clave para una transformación política, ya que

permitiría la consecución de acuerdos que impulsaran hacia la autonomía, como se advierte desde los ámbitos filosófico y antropológico.

Aunque la idea de celebrar nuevos pactos y de establecer originales formas de interacción suena interesante y ambiciosa, se debe considerar la participación de los líderes, cuya presencia da lugar a nuevas interrogantes sobre la problemática indígena. El *quid* es saber quiénes son y a quiénes representan, actualmente, los líderes de los movimientos indígenas en México.

Por otra parte, la participación de los Pueblos indígenas puede propiciar la formación de nuevos líderes, como lo dijo Olivé, que promuevan su integración al sistema financiero, así como su incursión en los grandes mercados capitales. Equivaldría a decir que se trata de ideólogos que promueven el desarrollo en diferentes ritmos, grados y niveles al interior de la comunidad indígena. Dichos líderes o ideólogos serían otra variante de los caciques que influyeron en las políticas indigenistas de los años ochenta y que, sin duda, militaron en el Partido Revolucionario Institucional. A la fecha, algunos de esos cuadros políticos permanecen enquistados en las filas de los gobiernos local y federal como parte de una actual "política de mayor apertura e integración multicultural", sin embargo, quedan las preguntas de hasta cuándo comenzará un nuevo proceso discursivo y de acción por parte de los Pueblos indígenas.

Y es que el uso y apropiación de las TIC, por parte de pueblos indígenas puede significar el reconocimiento y participación activa en la toma de decisiones políticas y de producción económica, además de que se acrecentaría la consciencia que de su propio ser cada cultura tiene de sí misma, pues en ello, como afirmó Martín Barbero, se fundamenta el *pertenecer a...*, así como el *compartir con...*

MEXICO, D.F.,
AGOSTO DE 2008

BIBLIO-HEMEROGRAFÍA Y DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

1. AGUIRRE Beltrán, Gonzalo. (1973). Regiones de refugio. México. Instituto Nacional Indigenista.
2. ALMANZA-Alcalde, Horacio (2002). El comercio justo en los movimientos transnacionales y los productores cafetaleros indígenas: el uso de valores solidarios en la búsqueda de la auto-gestión. University of ussex at Brighton. http://vinculando.org/comerciojusto/mst_comercio_justo/movimiento_comercio_justo.html. consultada Febrero de 2007
3. AMARO Nelson. (1999) "Paradigma del desarrollo, participación ciudadana y desarrollo sostenible." en Enfoques del desarrollo sostenible FLACSO. Guatemala.
4. ANUARIO EFTA. 2001-2003.
5. ANTA *Fonseca Salvador* El café sustentable: una nueva lucha para los pequeños productores de café en México *Consejo Civil para la Cafecultura Sustentable en México AC* <http://www.jornada.unam.mx/2004/08/30/eco-f.html>. consultado en abril de 2007
6. ARENDT, Hannah. (2005). La condición humana. Paidós. Barcelona.
7. -----, (1999). De la historia a la acción. Paidós. Barcelona.
8. -----, (2003). Conferencias sobre la filosofía política de Kant. Paidós, Barcelona.
9. BAÑUELOS, Jacob. (2004). Semiótica de la imagen de vigilancia. Razón y palabra. #37. Febrero-Marzo en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n37/jbanuelos.html>. consultada en diciembre de 2004.
10. BARABAS, Alicia y Miguel Bartolomé (1990). Etnicidad y Pluralismo cultural: la dinámica étnica en Oaxaca. CNCA, México

11. BARTOLOMÉ, Miguel Alberto. (2006). *Procesos Interculturales. Antropología política del pluralismo en América Latina*. Siglo XXI. México,
12. BARTRA, Armando. *El México Bárbaro*. (1996). *Plantaciones y monterías en el sureste durante el porfiriato*. El atajo ediciones, México.
13. -----, *Un recuento alentador Atlas de experiencias comunitarias en manejo sostenible de los recursos naturales en Oaxaca*. <http://www.coinbio.org/Articulos/Bartra.pdf>. consultado en abril de 2007
14. BARTRA, Roger. (1998). *Sangre y tinta del kusch tropica*, en *Fractal*, n° 8, p. 13.
15. -----, *Las redes imaginarias del poder político*, pp. 22
16. BAUMAN, Zigmunt. (1996). "Modernidad y ambivalencia". En Anthony Giddens, et al. (Comp.) *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Anthropos, España.
17. BAUTISTA Flores, Elizabeth. *Entrevista con Erick Huerta Vázquez*, entonces director de Tecnología e Innovación de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI). Febrero de 2006
18. -----, (2003). *Entrevista con María Mata*. Ixtepec, Oaxaca. 26 de Diciembre.
19. -----, (2003). *Entrevista con Francisco Vanderhoff Boersman*. Diciembre.
20. BENASSINI Félix, Claudia. (1998). *Internet como apoyo a la investigación en televisión* EDICIÓN ESPECIAL Suplemento Especial, Año 3, Enero-Marzo. <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supesp/benassini.htm>
21. -----, *De las Comunidades Sociales a las ¿Comunidades? Virtuales* Número 10, Año 3, Abril-Junio 1998 <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n10/claudia.htm>

22. BAÑUELOS, Jacob. *Semiótica de la imagen de vigilancia*, en Razón y palabra, #37. en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n37/jbanuelos.html>. consultado en abril de 2007.
23. BRIGGS, Asa y Peter Burke. (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Taurus. Barcelona.
24. CALVEIRO Garrido, Pilar. *Redes familiares de sumisión y resistencia*. UCM. México, 2003
25. CARRILLO Trueba, César. (2006). *Pluriverso, un ensayo sobre el conocimiento indígena contemporáneo*. UNAM.
26. CASAS Pérez, María de la luz. (2002). Comunicación, redes electrónicas e identidad en Béjar, Raúl y Héctor Rosales. *La identidad nacional mexicana como problema político y cultural. Los desafíos de la pluralidad*. UNAM-CRIM, Morelos.
27. COBO, Rosario y Lorena Paz Paredes. *UCIRI precursora del café orgánico y del mercado justo. La jornada del campo*. 15 de enero de 2008. <http://www.jornada.unam.mx/2008/01/15/abriendo.html>
28. COMISIÓN Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (2006). *Percepción de la imagen del indígena en México: diagnóstico cualitativo y cuantitativo*. México.
29. CONAPO. (2005). Índice de marginación a nivel localidad. <http://www.conapo.gob.mx>, consultado en junio de 2008.
30. D'ABBRACCIO Kreutzer Guillermo Alejandro. *La negación del otro en la tradición liberal. Convergencia*. Septiembre-diciembre de 2001. Núm 26. pp 81-96 Dehouve, Daniel. (2001). *Ensayo de geopolítica indígena: los municipios tlapanecos*. Porrúa. México.
31. DE LA PEÑA, Guillermo. (1999). *Territorio y Ciudadanía en la nación globalizada. Desacatos*. CIESAS. México
32. -----, (2000). *La modernidad comunitaria* Desacatos. #3 CIESAS. México en

- http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/03%20Indexado/Saberes_4.pdf.
consultado en abril de 2008.
33. DE LA SELVA, Alma Rosa. Veinticinco años del Informe MacBride: la defensa del debate de comunicación. AMIC-UAEM, 2005
34. DE LA TORRE, René y SAFA, Patricia. *El mundo en que vivimos: modernidad y ciudadanía a fin de siglo. A manera de introducción* Desacatos #3 CIESAS. México en http://www.ciesas.edu.mx/Desacatos/03%20Indexado/Saberes_1.pdf.
Consultada en abril de 2008.
35. DEHOUE, Daniele. (2001). Ensayo de geopolítica indígena: los municipios tlapanecos. Porrúa. México.
36. DIAZ Noci, Javier. *La interactividad y el periodismo on-line*. http://www.fsba.edu.br/dialogospossiveis/artigos/9/1dp_javier.pdf.
consultado el 15 de Marzo de 2008.
37. -----, *Los géneros ciberperiodísticos: una aproximación teórica a los cibertextos, sus elementos y su tipología*. Ponencia presentada en el II Congreso Iberoamericano de periodismo digital. 29-30 de noviembre de 2004. Santiago de Compostela. <http://www6.ufrgs.br/limc/participativo/pdf/generos.pdf>.
38. FOSTER, George. (1989). Las culturas tradicionales y los cambios técnicos. FCE. México
39. GARCIA Intriago, Andrea. (2006). Hay 30 millones de páginas web en México: sexto informe martes 5 de septiembre de http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=259568
40. GIMÉNEZ, Gilberto. (1996). *Territorio y cultura*. Estudios sobre culturas contemporáneas, Vol II, número 004. Universidad de Colima. <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/316/31600402.pdf>
41. GNECCO, Cristóbal. (2002). *La indigenización de las arqueologías nacionales*. Convergencia. Enero-abril. Núm 27.

42. GÓMEZ DE SILVA, Guido. (2004). Breve diccionario etimológico de la lengua española. Colegio de México-Fondo de Cultura económica.
43. GÓMEZ-MONT Araiza, Carmen. (2006). *El conocimiento indígena en México: usos y prácticas cotidianas ante las tecnologías digitales* (ponencia). Simposio Sociedad del conocimiento y Diversidad Cultural, 13-16 de noviembre, UNAM-IIF.
44. -----, (2005). Tejiendo hilos de comunicación: los usos sociales de Internet en los pueblos indígenas de México. Tesis Doctoral en Ciencias de la comunicación. FCPyS. UNAM. Pág. 33
45. -----, (2000). *Revolución tecnológica: un nuevo paradigma para la comunicación*. Signo y pensamiento. Núm 36. Universidad Javeriana.
46. -----, (1991). Estado, neoliberalismo y nuevas tecnologías de información en México (1980-1990). Tesis de Maestría en Ciencia Política. FCPS, UNAM.
47. GOODMAN, Danny. Living at high speed. Your survival guide to life in the information highway. Random house, N.Y. 1994
48. GREIMAS, A.J. (1997). Análisis Estructural del Relato. Diálogo abierto. México.
49. -----, De la imperfección. Fondo de Cultura Económica-BUAP. México. 1990.
50. ----- y Jacques Fontanille. (2002) Semiótica de las pasiones. De los estados de las cosas a los estados de ánimo. Siglo XXI-BUAP, México.
51. HAIDAR, Julieta. (1998). *Análisis del discurso* en Jesús Galindo Casares (comp). Técnicas de investigación en sociedad cultura y comunicación. Pearson, México.
52. IFOAM es una organización mundial independiente sin fines de lucro fundada en 1972 y las decisiones se toman por Asamblea General.

http://www.ifoam.org/about_ifoam/inside_ifoam/pdfs/IFOAM_Program2_008_es.pdf Consultado en mayo de 2007

53. KARAM, Tanius (2005). Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso Volumen 23, Número Primavera. http://gmie.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_5.html
54. LAMAS, Martha. (2002). Cuerpo: diferencia sexual y género. Taurus, México,
55. LIMÓN Aguirre, Fernando. (1995). La producción de café orgánico y la construcción de identidades en Tziscaco, Chiapas. ECOSUR.
56. LUHMANN, Niklas. (1996). *El futuro como riesgo*. en Anthony Giddens, et al. (Comp.) Las consecuencias perversas de la modernidad. Anthropos, España.
57. MALVIDO, Adriana. (2004). Cibercultura. Estoy en la red, luego existo, en los Retos culturales de México, Lourdes Arizpe (coordinadora), Porrúa-UNAM. México.
58. MARÍN, Carlos y Vicente Leñero (1998). Manual de periodismo. Grijalbo. México.
59. MARTÍN-BARBERO, Jesús. (2002, a). *Desencuentros de la socialidad y reencantamiento de la identidad*. Análisis #29.
60. ----- (2002, b). Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. FCE, Chile.
61. MARZAL, Manuel. (1993). Historia de la antropología indigenista: México y Perú. Antropos.-UAM, México.
62. MATTERLAT, Armand. (2001). *Del humanismo universalista al proyecto global. Función geopolítica de la cultura*, Le Monde Diplomatique (español), octubre 2001. http://www.infoamerica.org/teoria_articulos/Matterlat1.htm
63. ----- (1995). La invención de la comunicación. Siglo XXI. México.

64. -----(1998). La mundialización de la comunicación. Paidós, Barcelona.
65. ----- (2006). Diversidad cultural y mundialización. Paidós. Barcelona.
66. MEDINA, Andrés. (1983). La quiebra política de la antropología social en México. México. UNAM.
67. MOGUEL Julio, Botey, Carlota y Luis Hernández. (1992). Autonomía y nuevos sujetos sociales en el desarrollo rural. Siglo XXI. México
68. MOGUEL, Patricia y Víctor Manuel Toledo. (1999). Café, luchas indígenas y sostenibilidad; el caso de México. En ECOLOGÍA POLÍTICA No. 18.
69. MOGUEL, Patricia, y Víctor Manuel Toledo. (2004). Conservar produciendo: biodiversidad, café orgánico y jardines productivos. En Biodiversitas, boletín bimestral de la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad. No. 55 julio
70. NAHMAD S, Salomón. (1999). *Convergencias y divergencias sobre nación, territorio, regionalismo e identidad étnica*. Desacatos. CIESAS. México
71. NEGROPONTE, Nicholas. (1995). Ser digital. Atlántida, México,
72. OLIVÉ, León. Multiculturalismo y culturalismo. Paidós, México, 1999.
73. PAQUIENSÉGUY, Françoise Las tecnologías de información y comunicación y sus usos hoy: constantes, cuestionamientos e hipótesis
74. PÉREZ Ruíz, Maya Lorena. (2002). *De las relaciones interétnicas a la interculturalidad* en Béjar, Raúl y Héctor Rosales. La identidad nacional mexicana como problema político y cultural. Los desafíos de la pluralidad. UNAM-CRIM, Morelos.
75. PETER, Walter. (2002). *La Finca Irlanda- Su historia y Filosofía de producción Biodinámica* en Jürgen Pohlen (ed). México y la cafecultura chiapaneca. Reflexiones y alternativas para los cafecultores. Shaker Verlag,

76. PIÑÓN Jiménez, Gonzalo y Jorge Hernández-Díaz. (1998). *El café: crisis y organización. Los pequeños productores en Oaxaca*. Instituto de Investigaciones sociológicas. UABJO, México.
77. PROENZA, Francisco J. y Roberto Bastidas-Buch. (2001). *Telecentros para el desarrollo socioeconómico y rural en América Latina y el Caribe Oportunidades de inversión y recomendaciones de diseño con especial referencia a Centroamérica*. <http://www.iadb.org/sds/itdev/telecentros/Telecentros.pdf>.
78. RAMÍREZ Valverde, Benito y José Pedro Juárez Sánchez (2008). *Transformaciones En El Medio Rural Ante La Crisis Agrícola: El Caso de los Productores Indígenas de Café en la Sierra Norte de Puebla, México*. X Coloquio Internacional de Geocrítica. Barcelona, 26 - 30 de Mayo. Universidad De Barcelona
79. RENARD, Maria Cristina. (2002). *El café en la frontera sur: vocación y destino* en Jürgen Pohlen (ed). *México y la cafecultura chiapaneca. Reflexiones y alternativas para los cafecultores*. Shaker Verlag,
80. RHEINGOLD, Howard. (1996). *La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras*. Colección Límites de la ciencia, No. 32. Gedisa Editorial, España.
81. RICOUER, Paul. (2004). *La historia, la memoria, el olvido*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, Argentina,
82. RIVADENEIRA Pasquel, José Ignacio y Benito Ramírez Valverde. (2006). *El comercio local del café a raíz de su crisis de la sierra norte de Puebla*, *Revista Mexicana de Agronegocios*. Universidad Autónoma de la Laguna. México, Tercera época, año, X, Volumen 18, Enero-julio de 2006
83. RODRÍGUEZ Arana, Germán. *et. al.* *Enfoques del desarrollo sostenible*. FLACSO. Guatemala, 1999
84. ROOZEN Nico y Frans VanderHoff. (2002). *La aventura del comercio justo. Una alternativa de globalización: por los fundamentos de Max Havelaar*. México, El atajo.

85. SANDOVAL Salazar Ricardo. (2006). Sociedad del conocimiento, razón y multiculturalismo. Una mirada desde el pluralismo epistemológico. Primer congreso iberoamericano de ciencia, tecnología, sociedad e innovación. 19-23 de junio, México.
86. STAVENHAGEN, Rodolfo *Conferencia magistral*. Congreso Nacional de Comunicación Indígena. Palacio Legislativo, San Lázaro, México, 11 de septiembre de 2007
87. s/a [http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/Eje2_Economia Competitiva y Generadora de Empleos/2_10 Telecomunicaciones y Transportes.pdf](http://pnd.calderon.presidencia.gob.mx/pdf/Eje2_Economia_Competitiva_y_Generadora_de_Empleos/2_10_Telecomunicaciones_y_Transportes.pdf) Consultado en abril de 2008
88. SIFFREDI, A. & Spadafora, A.M. (2001). *Nativos y Naturaleza: los infortunios de la traducción en las políticas de la sustentabilidad* en: ILHA, Revista de Antropología, Florianópolis, Facultad vol 2, n. 1, octubre, Brasil. <http://www.indigenas.bioetica.org/nota1.htm>. Junio 2003
89. TOLEDO, Victor Manuel. (2007). Las consecuencias ecológicas de la ley Agraria de 1992. www.pa.gob.mx/publica/pa070407.htm.
90. ----- (2003) Ecología, espiritualidad y conocimiento. De la sociedad del riesgo a la sociedad del conocimiento. UNAM-UIA. México
91. TREJO Delarbre, Raúl. *Cibersociología, territorio de encuentro y en construcción*. Ponencia. Encuentro nacional de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. Morelia, Michoacán 31 de mayo de 2006
92. VILLAFUERTE Solís, Daniel y María del Carmen García Aguilar. *Los empresarios cafetaleros de Soconusco ante la crisis en El Café en la Frontera Sur*. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, México 2000
93. VILLARREAL, Magdalena. (2002). *Las nuevas mujeres del maíz: voces fragmentadas en el mercado global* en Guillermo de la Peña y Luis Vázquez. La antropología sociocultural en el México del Milenio. INI-CNA-FCE, México.

94. VILLORO, Luis. (2004). Creer, saber, conocer. Siglo XXI. México.
95. ----- (1998). El pensamiento moderno. Filosofía del renacimiento. Fondo de Cultura Económica-El Colegio Nacional. México. pp 86
96. ----- (coord). Perspectivas de la democracia en México, conferencias. El Colegio Nacional. México 2001
97. VIQUEIRA, Juan Pedro. (2002). Encrucijadas chiapanecas. Economía, religión e identidades. Tiempo de memoria-Tusquets-El Colegio de México. México.
98. WALLERSTEIN, Immanuel. (2005). Análisis de sistemas-mundo. Una introducción. Siglo XXI, México
99. WENGER, Etienne. (2001). Comunidades de práctica. Aprendizaje, significado e identidad. Paidós, Barcelona.
100. http://www.vinculando.org/comerciojusto/mexico_chiapas/produccion_cafe.html. Marzo de 2008
101. <http://www.seder.oaxaca.gob.mx/cecafe/acercade.html>, consultado en junio de 2008
102. www.conabio.gob.mx/2ep/images/0/0b/capital_natural_referencias.pdf

A N E X O S

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

ORGANIZACIÓN	COMUNIDAD	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS//PROPUESAS
COORDINADORA NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAPITALERAS (CNOC)	Acción conjunta frente a los problemas comunes: Apoyo mutuo Democracia en la toma de decisiones. pluralidad política y autonomía	*****	Fomentar procesos de convergencia regionales e internacionales
UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA REGIÓN DEL ISTMO (UCIRI)	Heimos tenido lazos de fraternidad solidaria .. estamos aprendiendo y trabajando las labores culturales de lo orgánico, para lograrlo, nos ayudamos con los métodos y los cultivos y trabajos orgánicos porque para nosotros la tierra es la madre, que nos nutre y fortalece. Del fruto de sus entrañas nace y crece el fruto que nos da vida y las hiebras que nos dan salud. A nosotros nos corresponde cuidarla y cultivarla y defenderla, ya que es una herencia que tenemos prestada de nuestros hijos	Centro de educación campesina Estos trabajos nos traen ventajas económicas porque existen consumidores que demandan productos sanos de mayor calidad y sin contaminantes y que muchos consideran que una inversión en la salud no estima precio El desafío de la producción campesina se resolverá cuando los gobiernos tomen conciencia de que el campesino es el sujeto de desarrollo y no un instrumento del mismo No es el avance agrícola el que transforma al campesino. Es el campesino que transforma el agro y lleva a cabo ese avance Valoramos la naturaleza como dadora de vida como principio de bienestar... de ella obtenemos alimento y vestido Desde hace 19 años nos dimos cuenta que en los últimos tiempos hemos estado olvidando esta sabiduría y nos dejamos engañar por el mundo	Nos dejamos engañar por el mundo moderno, al cual sólo le importa la acumulación y la ganancia, explotando y destruyendo la naturaleza y, lo más hermoso de toda ella es el PAISAJE HUMANO ⁷⁷ Recuperar las formas de relación con nuestro ambiente como lo hicieron nuestros antepasados y adoptar formas adecuadas a nuestras circunstancias que ayuden eficazmente a nuestra tierra para que siga siendo fuente de vida lo que la tierra sufra será dolor. Para sus hijos, sus gozos y bienestar será la dignidad de los humildes de esa tierra. La tierra no es del hombre, los hombres son de la tierra
COOPERATIVA TOSSEPAN TITATAYISKE (UNIDOS)	Formarían parte de las organización personas con intereses comunes: pequeños	Venta de productos artesanales	

⁷⁷ El subrayado proviene del original www.ucir.org.mx

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

ORGANIZACIÓN	COMUNIDAD	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS//PROPUESTAS
VEN CEBENOS)	productores, jornaleros, amas de casa, artesanos, etc	Carpeta de algodón, blusa de manta, mochila, reboso, mantiles, servilletas. Caja de ahorro Crédito regional Josepantonm Mejoramiento de la vivienda	*****
VENI NAYAN S.P.R. DE R.L.	fe. cultura y servicio comunitario	Promoción de la capacitación de la mujer en el proceso productivo, organizativo y educativo Promoción práctica de actividades gerenciales entre socios y socias	Elevar el nivel de los socios y sus familias a través de una agricultura sostenible y sustentable, la construcción de un mercado mas justo y equitativo para los productores y el desarrollo humano de los socios para su progreso intelectual, moral social y económico Impulso de una agricultura sostenible y sustentable (orgánica) en los procesos de producción del café y productos específicos de las regiones Mejorar la calidad y cantidad de los productos agrícolas para su consumo y comercialización Aprovechamiento y conservación de los recursos naturales y medio ambiente Realizar actividades de capacitación y asesoría técnica a los socios y socias y organizaciones sociales que lo soliciten
UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA ZONA NOROCCIDENTAL A.C. (UCIZON D)	para que nuestros pueblos y nuestra organización sean fuertes, es necesario que haya equidad de género nuestras genes dieron su palabra de como	Fondo propio para financiar a los grupos de pequeños productores	Promoción y participación de los socios en los órganos de ejecución y dirección de la organización Impulsar una cultura de respeto a nuestra madre tierra, promoviendo acciones de reforestación y del cuidado del agua Diversificar la producción impulsando el

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

ORGANIZACIÓN	COMUNIDAD	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS//PROPUES.TAS
	mejorar la situación		cultivo del maíz y de otros alimentos utilizando técnicas apropiadas Fortalecer los mercados locales y la comercialización directa de nuestros productos Crear medios de comunicación propios Promover la autonomía de nuestros pueblos y ganar espacios de representación comunitaria regional Crear redes regionales, nacionales e internacionales para enfrentar los megaproyectos
COMUNIDADES CAMPESINAS EN CAMINO S.S.S.	El principio de compartir y del trabajo cooperativo que forma la espina dorsal de la CCC	Trabajar en la formación de sujetos sociales en proyectos de desarrollo, empresas sociales y áreas administrativas de la sociedad para potenciar un desarrollo integral de hombres y mujeres con igualdad, participación, valores humanos, entusiasmo, respeto del ambiente y a las culturas Proyecto agroforestal y de ecología Fondo de ahorro y crédito Concientización y asesoría	Que las comunidades se unan las que vayan resolviendo sus problemas técnicos, legales y de comercialización Establecer un modelo alternativo socio-económico donde se respeten y se reconozcan los derechos de los pobres
SOCIEDAD COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TZETAL Y TZOTZIL	Formación del consejo el cual se constituye por personas de edad avanzada que proporcionan al conjunto de la cooperativa sus opiniones y experiencias para seguir conservando nuestra cultura y tradiciones	Promotores comunitarios	*****
SOCIEDAD DE TRABAJADORES	Siempre luchando al lado de las comunidades indígenas y campesinos se	Proyectos alternativos de ecoturismo, viveros, criaderos de fauna y proyectos	Impulsar un modelo más racional de la explotación de café, buscar su procesamiento

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

ORGANIZACIÓN	COMUNIDAD	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS//PROPUUESTAS
AGRICOLAS DE LOS ALTOS DE CHUAPAS, A.C.	lograron importantes conquistas, formación de muchos ejidos y nuevos poblados, así como el combate a los caciques	culturales	integral cultivo beneficio, industrialización y comercialización en manos de los productores para combatir las mercancías desprovistas de contenido del mercado de la usura buscamos transformar nuestra producción en un vehículo cultural donde los consumidores conozcan el proceso de cultivo y de beneficio y que tengan la posibilidad de conocer nuestras comunidades
UNIÓN DE EJIDOS Y COMUNIDADES DE CAFECULTORES DEL BENEFICIO DE MAJOMUT		Desarrollar una innovación institucional que permita proporcionar servicios financieros de ahorro y créditos permanentes y sostenibles y adaptados a las condiciones y necesidades socio-económicas de la población rural Propiciar el desarrollo económico de comunidades y regímenes en que operen los microbancos Aumentar seguridad alimentaria de las familias de campesinos Fomentar ahorro local Desarrollar capacidad de gestión en hombres, mujeres y organizaciones locales y regionales Iniciar y consolidar el proceso de institucionalización de la red de microbancos y su interrelación con el sistema financiero formal Sistema de información transparente a socios Seguimiento y evaluación de actividades del microbanco	Comercializar el café hacia mercados de exportación, eliminando intermediarios estatales y locales. Conversion a la agricultura orgánica como proyecto social de defensa del territorio por medio de la conservación de la tierra para la obtención de productos sanos y de calidad Reforzamiento de la producción de auto-abasto alimentario milpa, producción colectiva de hortalizas orgánicas y de módulos de granjas como procesos de construcción de la autonomía alimentaria de la comunidad y de la región

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

ORGANIZACIÓN	COMUNIDAD	ESTRATEGIAS	OBJETIVOS//PROPUUESTAS
INDIGENAS DE LA SIERRA MADRE DE MOCTEZINTLA SAN ISIDRO LABRADORES DESS (ISMAMI)	Promueve el trabajo comun organizado	Red regional de promotoras comunitarias capacitacion sobre la produccion de autoabasto alimentario, talleres comunitarios y regionales	
		Ubicados en Tapachula, Chiapas. La cual está considerada como una de las ciudades más comunicadas dentro de nuestro estado de Chiapas. Y es lo que nos ha ayudado a tener éxito en nuestras ventas tanto nacionales como internacionales	
		Con técnicas agro ecológicas de sabios de la cultura maya, quienes se conocen como los artistas del café	
UNIÓN DE EJIDOS DE SAN FERNANDO	Mantener la unidad para buscar canales de comercialización y evitar el intermediarismo	Este nuevo medio [pagina electrónica] nos ayudara a difundir los productos de calidad que se producen en nuestra union y con esto tener una mejor presencia a nivel internacional, además de buscar canales de comercialización para estos productos	Comercialización del café para elevar las condiciones sociales y económicas de su entorno, así como promover el respeto al medio ambiente y conservar los recursos naturales

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTIVIDADES
COORDINADORA NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS (CNOOC)	✓ En julio de 1989 organizaciones regionales con experiencias organizativas hasta de diez años constituyeron la CNOOC	✓ Impulsar el desarrollo económico regional con capitalización colectiva; elevar los niveles de bienestar social y fortalecer organizativamente ✓ Cuatro son los ejes de acción: comercialización, financiamiento, capacitación y asistencia técnica y organización ✓ Cuatro son los ejes de acción: comercialización, financiamiento, capacitación y asistencia técnica y organización ✓ Conservación del medio ambiente es un elemento central de nuestra estrategia. Cerca del 10% de nuestros socios son productores orgánicos. ✓ Conscientes de promover el consumo de café en México y de acortar la brecha entre productores y consumidores	✓ organización nacional campesina independiente que agrupa a 75 mil pequeños productores ✓ familias campesinas ✓ La producción global de los grupos de CNOOC ✓ organizan conercializa en cinco mercados: solidario, gourmet, orgánico, tradicional, de café verde y directamente ✓ su café a través de su empresa comercializadora Promotora Comercial de Café Suaves Mexicanos S.A. de C.V. ✓ Asociación Mexicana de Agricultores Ecológicos (AMAE), sus socios orgánicos formaron ECOMEX (Campesinos e indígenas ecobogues de México) Varias organizaciones participan en la Federación Internacional de Agricultura Orgánica (IFOAM) ✓ Unión de pequeños y medianos productores de café de Centroamérica México y el Caribe (UPROCAC) y en la Sociedad Cooperativa de Pequeños Productores (scpp) donde participan productores de América Latina y África
UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA REGIÓN DEL ISTMO (UCIRI)	✓ hace 22 años formamos la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI). ✓ Ya casi hace cien años nuestros antepasados empezaron con el cultivo del café ✓ hasta 1977 estuvieron trabajando en la zona cuando logramos sacarlo ✓ En este ciclo 82/83 vivíamos bastante café pergamino seco y oro a la piana de ARIC-nacional que está ubicada en la ciudad de México. Nos pagaron mejor que en el Instituto, aunque teníamos que esperar mucho para los pagos y apenas en Octubre de 1982 nos liquidaron todo ✓ ARIC tenía que vender nuestro café primero para después poder pagarnos. Por eso nos tenían bien apretados, pero al final nos benefició ya que	✓ Siempre habíamos tenido problemas en la venta de nuestro café. Antes no teníamos brechas y lo vendíamos a marchantes y acaparadores que vinieron con sus bestias a la montaña y nos lo pagaban barato y como no había más compradores, ni teníamos medios para llevarlo a la ciudad de Ixtapetec, se lo tenían que vender a ellos. ✓ Nos daban anticipos para las labores de cultivo, en forma de habitación en fertilizantes o dinero pero muchas veces los encargados de los centros de recepción nos descontaban porque iba humeado o manchado y nos hacían otros descuentos más. Nos dijeron también que era mejor trabajar con el Banco y conseguimos créditos ✓ muchas veces no nos alcanzó el dinero del café para	✓ Somos indígenas ✓ unas compañías explotadoras de la madera ✓ INMECAFÉ (Instituto Mexicano del Café), quien abrió centros de recepción ✓ el Banco ✓ los técnicos y encargados nos enganaron ✓ Instituto o a cualquier acaparador ✓ de un maestro ✓ juntado 17 pueblos con sus rancherías o ejidos ✓ extranjeros holandeses y alemanes ✓ nuestros clientes ✓ acaparadores ✓ veces los encargados ✓ la familia

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTIVIDADES
COOPERATIVA TOSSEP IV	obtuvimos mil pesos más por quintal del precio que pagaba el Instituto ✓ Casi cuatro cientos mas estuvimos en esta misma situación de tal manera que unos compañeros desanimados salían, llegamos a plantearnos dejar de venderse a ARIC y ofrecerle al Instituto o a cualquier acaparador ✓ Algunos ya habían perdido el miedo de irse con su café a México, otros empezaban a hablar por teléfono, sin embargo, nos faltaban aún lo mas importante, todo lo del beneficiado y comercialización del café, ya que nosotros lo unico que conocíamos de máquinas era la pequeña despuladora y el molino de mano, de ahí muchos ni conocíamos la ciudad de Ixtpec ✓ En 1983, hicimos otra vez asambleas y luchamos para ser una organización legal, una Unión de Comunidades Indígenas (UCI) ✓ Es un movimiento de mucha gente, jóvenes, amas de casa, estudiantes y a su organización la llaman "El Mercado Alternativo". Ellos compran productos sin intermediarios y con precios acordados con los pequeños productores organizados y dan información a los consumidores sobre las condiciones del mercado "libre" que no es tan libre para los pobres y explotados ✓ cosecha 86/87 hicimos nuestra primera exportación directamente a Símon Leveit de Holanda y GEPA en Alemania, y así poco a poco nuestros granitos de café atravesaron los mares ✓ ahora también en Comercio Justo México. Para poder vender nuestros productos mas eficientemente en el mercado nacional, formamos junto con otras organizaciones, la comercializadora Agronuevos.	pagar nuestras deudas con el Banco, porque ellos cobraban intereses altos, no nos hacían validos los seguros ✓ Así trabajamos un poco tristes por las deudas con el Banco que nos pesaban mucho. El precio del café no nos alcanzaba para mantener a la familia, teníamos que trabajar muy duro sobre todo en tiempos de lluvia y corte de café. Elinamente tenemos que combatir la roya que cayó en los cafetales y como consecuencia nos trajo mas trabajo y mas gastos ✓ un problema, algunos socios se desanimaron porque querían ver rápido su dinero ✓ No fue fácil seguir adelante, pero lo hicimos con la esperanza de llegar a tener personalidad jurídica sacando nuestro registro y así poder exportar directamente nosotros mismos ✓ habíamos aprendido a pesar y catar el café, a hacer recibos, donde conseguir costales, cómo contratar carnos que nos bajaran el café a Ixtpec y desde ahí conseguir trailers. ✓ vimos la necesidad de organizarnos más y mejor ✓ El próximo paso fue la lucha para conseguir el permiso de exportación. Esto nos causo muchos dolores de cabeza y de vez en cuando perdíamos la paciencia y la esperanza ✓ La comercialización en UCRI ha sido un proceso cada vez mas significativo para nuestra organización ya que desde el principio la hemos hecho directamente a nuestros clientes, tratando de quitar el intermediarismo generando un aprendizaje que ha ido más allá de la comercialización, gracias a esto se ha impulsado y fortalecido otras dimensiones de organización, participación y desarrollo. ✓ Queremos vender nuestros productos en dignidad. Por esto desarrollamos un mercado alternativo con consumidores solidarios	✓ intermediarismo

✓ El origen de nuestra "Cooperativa" "Tossep Tlatanké" esta vinculado al Plan Zacaopaxtla, un programa de asistencia técnica a cargo del Colegio de Posgraduados que en 1974 inicio sus actividades

✓ mejorar la calidad de vida de todos los socios a través de acciones que permitan alcanzar el desarrollo sustentable de nuestras familias, de las comunidades y de la región

✓ 5 800 socios y socios indígenas
✓ pequeños productores de café
✓ Colegio de Posgraduados
✓ los técnicos de exportación

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTANTES
TITATÁ/ISEE (UNIDOS VENCEREMOS)	en la región de Cuetzalán. Pude ✓ Después de tres años de trabajo y reconociendo que los resultados alcanzados eran mínimos ✓ Nacimos en 1977 como "Unión de Pequeños productores de la Sierra" y durante tres años luchamos en contra de la carestía de los productos básicos para el consumo familiar y en contra del intermediarismo en las cosechas de café y pimentón ✓ En 1980 constituimos nuestra Sociedad Cooperativa para tener personalidad legal que nos permitiera relacionarnos con instancias organizativas, gubernamentales, comerciales y bancarias ✓ desde 1989 hemos intensificado los esfuerzos en la generación de empleos, en la diversificación de nuestros cultivos y la puesta en marcha de otros programas de trabajo que nos ayuden a avanzar dependientes (vulnerables) y nos ayuden a avanzar en el Desarrollo Sustentable de la región ✓ en junio de 1998, los socios de la Cooperativa "Tospan Titatankse", Organización Indígena que nació en 1977, decidieron formar la Caja Solidaria "Tosepaniomun" (que significa dinero de todos, en náhuatl)	✓ Los técnicos decidieron hacer un cambio de estrategia. Sigieron promocionando la organización campesina, pero ya no con el fin de que recibiríamos los servicios institucionales, sino como un medio para lograr nuestra autonomía como productores ✓ Lo anterior nos alentó a emprender otras actividades como la construcción de nuestros beneficios húmedo y seco de café, así como de numerosas bodegas y patios de secado ✓ doce años ejercimos presupuestos para abrir caminos, darles mantenimiento y pavimentar algunos de ellos. Estas actividades trajeron grandes beneficios a la zona, pues además de generar empleos también rompimos el aislamiento de las comunidades, que por estar mal comunicadas eran fáciles presas de los acaparadores y comerciantes ✓ gestionamos otras obras de servicio comunitario como la introducción de agua potable y electrificación, la construcción de escuelas y clínicas ✓ el primer año de trabajo los resultados fueron satisfactorios en cuanto al volumen de ahorros captados, pero no sucedió lo mismo con los créditos otorgados, pues se había caído en una cartera vencida del 27% ✓ una revisión de experiencias sobresalientes en microfinanzas y se encontró que un factor de éxito que las hermanaba tenía mucho que ver con el otorgamiento de créditos a través de Grupos Solidarios. De inmediato se adoptó y adaptó esta metodología, capacitándose, para su aplicación, a varios promotores comunitarios. Los resultados no se hicieron esperar, pues un año después no solo se había recuperado la cartera que había caído en vencimiento, sino que además se mantenía la morosidad en cero. Aunque su capital sigue siendo pequeño durante los últimos años ha logrado colocar créditos por montos bastante significativos gracias a los ahorros captados	✓ de nuestras familias ✓ acaparadores y comerciantes ✓ de Grupos Solidarios ✓ promotores comunitarios
YENI NAVANS, P.R.	✓ nace en 1985 a través de la reflexión de la palabra de Dios y la realidad de vida ✓ el 6 de noviembre de 1989 se constituyó legalmente	✓ nos enfrentamos a la crisis del mercado internacional, la baja producción, la falta de asistencia técnica adecuada la pérdida constante de	✓ campesanos indígenas ✓ agentes pastorales de la región católica ✓ de los agentes

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTANTES
DE R.L.	bajo el nombre de YENI NAVAAN con la figura de Sociedad de Producción Rural de Responsabilidad Limitada, con la cual logramos obtener nuestro registro de exportación ✓ 1989 iniciamos la venta de exportación por medio de UCIRI (Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo) ✓ agremiados nos consolidamos como una Organización capaz de iniciar un proceso de comercialización propio y en 1991 iniciamos nuestra primera exportación a Alemania con el apoyo del Mercado Solidario ✓ en 1991 iniciamos nuestra primera exportación a Alemania con el apoyo del Mercado Solidario	suelo y la contaminación acrecida de los terrenos productivos a causa de la aplicación masiva de insumos químicos ✓ Con la colaboración de los agentes se logró crear conciencia en los campesinos e integrar una organización que contribuyera al desarrollo de las comunidades indígenas, y les permitiera defenderse de acaparadores que pagan precios muy bajos sus productos (café) que tienen como la única fuente de ingreso familiar ✓ agremiados nos consolidamos como una Organización capaz de iniciar un proceso de comercialización propio ✓ Preservar costumbres, tradiciones y formas de organización comunitaria ✓ población indígena en su mayoría, con escasos recursos económicos y con la dificultad de acceso a servicios de salud, educación y vivienda	✓ las comunidades indígenas ✓ Mercado Solidario
UNIÓN DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA ZONA NOROCCIDENTAL DEL ISTMO A.C. (UCIZONI)	✓ nació en 1983 ✓ En estos ya 21 años de trayectoria, nuestra Organización a vivido grandes e importantes cambios ✓ nace hace más de 20 años, como una necesidad de los pueblos indígenas de la llamada Zona Norte del Istmo ✓ A fines de los años sesentas, se vivía mucha injusticia, ya que dominaban los caciques y nuestros pueblos eran despojados de sus tierras y bosques y las gentes eran atropelladas en sus derechos. Había mucho sufrimiento y también mucha violencia. ✓ En Agosto de 1983, se reunieron por vez primera, las autoridades de 38 pueblos en Río Pacifico, Guichicoví y a partir de ese momento se fue juntando la fuerza de nuestras comunidades hasta que el 20 de junio de 1985 es creada la Unión de Comunidades Indígenas de la Zona Norte del Istmo (UCIZONI) ✓ En 1989 tuvimos actuaciones de un gran Foro Indígena internacional que reunió a más de 1,200 delegados de todo México y también tuvimos la presencia de delegados de otros 6 países ✓ las grandes movilizaciones de 1992	✓ defensa y promoción de los valores culturales tradicionales de los pueblos andios y busca comunarios entre sí, para ello hemos venido creando radios comunitarias ✓ luchamos en contra de los proyectos que empobrecen a la gente, que la despojan de sus tierras, agua y bosques, por ello hemos manifestado nuestra oposición a los megaproyectos como el Pim Pucha-Panamá. ✓ creamos el Consejo Mexicano 500 Años de Resistencia Indígena ✓ A raíz de la lucha en defensa de la tierra, han muerto o han sido encarcelados algunos compañeros, pero hemos logrado recuperar tierras en favor de más de 40 comunidades y ejidos ✓ demostrado una gran capacidad de movilización y de resistencia, pero también de construcción de propuestas y de alianzas. La Historia de UCIZONI es la historia de los pueblos andios del Bajo Mico y del Istmo, pero también y en parte es la lucha de los pueblos indios mesoamericanos en su lucha por un futuro mejor, autónomo y libre. ✓ En 1998 UCIZONI enfrentó una profunda crisis, esta situación estuvo marcada por la persecución del	✓ los pueblos indios mesoamericanos ✓ Consejo Mexicano 500 Años de Resistencia Indígena ✓ 40 comunidades y ejidos ✓ infiltrando militares ✓ PIM: X ✓ Ejército ✓ Consejo Indígena y Popular de Chiapas ✓ Ricardo Flores Magón ✓ Los productores ✓ a los intereses de las grandes compañías extranjeras y a los gobiernos ✓ las comunidades de nuestra región ✓ la pobreza para nuestros pueblos ✓ la criminalización ✓ la OMC, ✓ el Banco Mundial, ✓ el Fondo Monetario Internacional ✓ el BID, ✓ los Mexicanos ✓ llegaron los españoles ✓ los norteamericanos ✓ el Dictador Porfirio Díaz ✓ López Portillo,

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTANTES
	✓ En 1991 nuestras oficinas fueron asaltadas por el Ejército y algunos dirigentes huyeron de nuestra región. Luego en 1995 fue asesinado nuestro compañero Armando Agustín Bonifacio por pistoleros de los caciques de Santiago Tutla. En 1998 fundamos el Consejo Indígena y Popular de Oaxaca Ricardo Flores Magón y el Gobernador Diodoro Carrasco nos persiguió. Poco después en 1999 el Gobernador José Murat trató de destituirnos librando órdenes de aprehensión en contra de más de 10 dirigentes e infiltrando mafias que provocaron conflictos. ✓ En 1994 participamos en las movilizaciones de apoyo a nuestros hermanos zapataistas y en la ayuda a las comunidades de Chiapas, algunos compañeros nuestros participaron en los cordones de paz y en los Diálogos de San Andrés Sacatecán de los Pobres. UCIZONI apoyó la Consulta Zapataista y participó activamente en la Marcha del Color de la Tierra, recibiendo el 2006 con un acto masivo a la Caravana de la Otra Campaña. ✓ en el año 2000, hicimos un gran Foro donde participaron cientos de hombres y mujeres, que dieron por donde debería caminar UCIZONI y ese mismo año hicimos consulta en más de 40 pueblos invadidos por los Mexicanos, hay testimonios de fuertes batallas, tiempo después llegaron los españoles y se apoderaron de las mejores tierras y arrasaron bosques y selvas ricas en árboles de maderas preciosas. ✓ Hace 150 años los norteamericanos quisieron apoderarse del Istmo Mexicano y hace exactamente 100 años los ingleses asociados con el Dictador Porfirio Díaz, introdujeron el Ferrocarril. ✓ 11 años más recientes los Gobiernos de López Portillo, Carlos Salinas, Zedillo y Fox en han tratado de imponernos grandes megaproyectos como el Alta-Omegas, el Megaproyecto del Istmo y el Plan Puebla-Panamá. ✓ desde hace más de 10 años venimos riñendo acciones de información, para que nuestros pueblos	Gobierno del Estado y por la caída de los precios del ganado, maíz, naranja y café. ✓ Los productores no recibían apoyos y se volvieron mas pobres, en esos años comenzó una gran migración principalmente de hombres y jóvenes de las comunidades de nuestra región, que se fueron a buscar la vida al Norte. ✓ nuestra Asociación decidió cambiar sus formas de trabajo y para ello organizó una gran consulta. Hicimos en el año de 1999, cuatro Foros de Mujeres, Jóvenes, Niños y de Productores, donde nuestras gentes dieron su palabra de cómo interpretar la situación. ✓ Estos proyectos han respondido a los intereses de las grandes compañías extranjeras y a los gobernantes y han significado para nuestros pueblos, la destrucción de más de un millón de hectáreas de bosques y selvas, la contaminación de ríos y tierras, la violencia y la pobreza para nuestros pueblos. Es decir la Globalización ha traído mas sufrimiento para nuestra gente. ✓ buscamos que los pueblos se organicen y se coordinen entre si para enfrentar a estos enemigos tan poderosos, que muchas veces tienen sus oficinas fuera de México. ✓ enfrentar mejor a estos Megaproyectos y a las políticas que nos imponen los grandes organismos multilaterales como la OMC, el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional o el BID, hemos impulsado la creación de redes a nivel nacional como la Alianza Mexicana por la Autodeterminación de los Pueblos (ANMAP) y el Foro Mesoamericano, donde coincidimos organizaciones de varios países, como son Guatemala, Nicaragua, Panamá, Honduras, Costa Rica y El Salvador! ✓ no sólo buscamos actuar localmente, nuestra lucha la pensamos globalmente. Lo que ocurre lejos nos afecta o nos beneficia también a nosotros, por ello un principio fundamental de UCIZONI, es la Solidaridad. ✓ UCIZONI ha impulsado la creación de redes	✓ Carlos Salinas, ✓ Zedillo ✓ Fox

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTANTES
COMUNIDADES CAMPESINAS EN CAMINO S.S.S.	✓ nace el 10 de octubre de 1995 con la filosofía y práctica impulsadas por las necesidades de nuestras comunidades que buscan establecer un modelo alternativo socioeconómico donde se respete y se reconozcan los derechos de los pobres ✓ a finales de 1995, la CCC quedó formado oficialmente por 49 pequeños productores ✓ En octubre de 1997 iniciamos el proceso de transición en la agricultura ecológica de los socios de la organización y creamos el Equipo Técnico. También obtuvimos la certificación como productores orgánicos por NATURLAND (organización Alemana) ✓ En 1998, decidimos fortalecer el proceso de transición y prohibir el uso de agroquímicos para todo cultivo. En ese mismo año logramos la primera Inspección Externa por parte de la Certificadora de Productos Ecológicos de México (CERTIMEX).	✓ nuestra organización ha desarrollado varias actividades que tienen a la agricultura y ganadería orgánica ✓ una forma de cultivar la tierra y manejar el ganado rescataando el conocimiento campesino e indígena y aprovechando las técnicas de la agricultura y ganadería ecológica ✓ aprovechar, mantener y mejorar los recursos naturales de la región, no alterar ni contaminar el medio en que vivimos y obtener de la naturaleza alimentos sanos y de gran valor nutritivo ✓ abordamos los problemas del campo desde una visión integral que pretende que las comunidades sean las que vayan resolviendo sus problemas técnicos, legales y de comercialización ✓ nuestros socios están sujetos a un reglamento de producción y nuestro Equipo Técnico capacita a los socios y monitorea todas las fases de la producción ✓ respeto a las poblaciones campesinas, productores y respecto a nuestra madre tierra ✓ Los "intermedarios" regularmente compraban a los pequeños productores a quienes les compraban su producto a un precio bajo y lo vendían a un precio mucho más alto ✓ los grupos comenzaron a formar tiendas comunitarias para vender sus productos ellos mismos. Este era el principio del compartir y del trabajo cooperativo que forma la espinadorsal de las CCC. Con un activo proceso, el proyecto comenzó a crecer	✓ pequeños productores de la región del Istmo de Tehuantepec, Oaxaca ✓ de nuestros miembros son indígenas campesinos ✓ nuestra madre tierra ✓ "intermedarios" ✓ el conocimiento campesino e indígena ✓ NATURLAND ✓ CERTIMEX ✓ nuestros socios
SOCIEDAD COOPERATIVA DE	✓ crear la Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal-Tzotzil S.C.L. el 6 de Agosto de 1986, con 19 socios fundadores ✓ En el año de 1987 se instalaron las oficinas centrales	✓ la necesidad de los productores de comercializar los productos a un mejor precio en el mercado, tanto nacional como internacional, decidimos organizarlos	✓ Apicultura ✓ productores ✓ el padre Francisco Cipriani ✓ instituciones francesas y de la presidencia

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUCIAS	FUNCIONES	ACTANTES
PRODUCCION Tzeltal y Tzotzil	en San Cristóbal de las Casas y en el año de 1993 el padre Francisco Cipriano dono el terreno donde actualmente se encuentran la oficina central de la Cooperativa ✓ en el año de 1989, nosotros como productores nos quedamos solos y en una situación muy difícil ya que los estímulos económicos y de asistencia técnica también desaparecieron ✓ En Noviembre de 1999 CERTIMEX (Certificadora Mexicana de Productos y Procesos Ecológicos), instancia mecánica de apoyo a la certificación, se encargó de realizar la inspección externa para iniciar los trámites de la certificación para el ciclo de cosecha 1999-2003 ✓ 1984 se logró, gracias a los apoyos brindados por instituciones francesas y de la presidencia municipal, quien brindó un terreno, la construcción de una bodega en Panthé y la adquisición de camioneta de tres toneladas ✓ En 1986 se construyó otra bodega que sería destinada al acopio de café, y en Agosto del mismo año se crearon dos departamentos independientes dentro de la Cooperativa, el Departamento de Miel y el Departamento de Café ✓ En 1995, con el apoyo de la presidencia municipal de Panthé, se construyó una nueva bodega para el acopio y almacen de café, que es la que actualmente está funcionando como tal ✓ para el año 2002 empezamos a producir café orgánico ya que el requisito de descanso de las fincas es de tres años. Este proceso está siendo certificado por la Certificadora Mexicana de Procesos Ecológicos (Certimex), la cual tiene el aval de Naturland (organismo Europeo) encargado de otorgar la certificación de los productos del campo con la categoría orgánica)	✓ crear la Sociedad Cooperativa de Producción Tzeltal-Tzotzil SCL el 6 de Agosto de 1980, con 19 socios fundadores ✓ Hemos venido sobresaliendo con nuestro esfuerzo y los apoyos brindados por varias organizaciones nacionales e internacionales ✓ Todas ellas para el autoc consumo y en ocasiones para la venta de los excedentes ✓ principales productos que generan ingresos en la región son la miel y el café, los cuales han sido destinados al mercado de exportación. ✓ principalmente a países europeos ✓ poder entrar al mercado de menudeo se procedió a diseñar etiquetas para el envasado de miel y a buscar mercado en la región ✓ estamos desarrollando un envase y logotipo para comercializar café tostado y molido al menudeo y se inicia el proceso para tramitar código de barras de la miel y el café para entrar a tiendas de autoservicio de las ciudades de Tuxtla Gutiérrez y el DF ✓ Hemos realizado trabajo y gestiones para el mejoramiento de la red de canales entre las comunidades ya que uno de nuestros principales problemas ha sido el traslado de miel hasta la cabecera municipal de Panthé. ✓ Con una experiencia de once años produciendo café, existen avances sustantivos en la apropiación de los sistemas de producción, transformación y comercialización del café, los cuales representan el principal ingreso para el sustento de las familias de los 183 socios ✓ Con la intención de producir café orgánico certificado, y poder vender nuestro producto a mejor precio, el 90% de los productores empezaron a dejar descansar sus fincas ✓ Hemos logrado avances con los procesos del "Fair trade" (Mercado Justo) que hemos realizado con nuestros clientes italianos, y con quienes hemos mantenido buenas relaciones comerciales	✓ Central Campesina Cardenista, C.C.C., antes Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas del Partido Socialista de los
SOCIEDAD DE	✓ En 1994 muchas organizaciones nacieron o se transformaron ✓ La Central Campesina Cardenista, C.C.C., antes	✓ Siempre ha habido al lado de las comunidades campesinas e indígenas se logran importantes conquistas, formación de muchos ejidos y nuevos	✓ Central Campesina Cardenista, C.C.C., antes Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas del Partido Socialista de los

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTANTES
TRABAJADORES AGRÍCOLAS DE LOS ALTOS DE CHIAPAS, A.C.	Unión Nacional de Trabajadores Agrícolas del Partido Socialista de los Trabajadores, tenía presencia en las comunidades campesinas e indígenas de los Altos de Chiapas desde 1974. ✓ En algunos casos el cardenismo campesino protagonizó importantes batallas. Goloncheán, en el municipio de Chibón, Miguel Urrilla Los Chorros en 1980, en el municipio de Chelánito, así como en otros muchos lugares de Chiapas ✓ De cualquier forma al llegar el año de 1992, a raíz de las modificaciones a la Ley de la Reforma Agraria Mexicana, militantes de la CCC, dirigentes del ya entonces Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional ✓ a tres años de su origen la STAACh A.C., opera tres filiales en los municipios de la zona, ha comprado para diferentes comunidades más de 7,000 has mediante un crédito gubernamental. ✓ A partir de la gran crisis del café de fines de la década de los 80 muchos productores nos dimos a la tarea de buscar alternativas ✓ en 1994, la Sociedad de Trabajadores Agrícolas de los Altos de Chiapas, A.C. se ha preocupado por transformar la producción de café en la región de los Altos de Chiapas, una de las regiones que produce el café más fino de México, café de altura de gran cuerpo y sabor	✓ poblados así como el combate contra los caciques. ✓ asesores parlamentarios y activistas políticos empezamos a pensar en la necesidad de redirigir la lucha campesina, empezamos a analizar críticamente nuestro trabajo al quitarnos la venda ideológica y reconocer que grandes eventos de la tierra conquistada con la sangre y el esfuerzo campesino se encontraban en manos de acaparadores o bien que los beneficiados no lograban remontar la situación y continuaban en la miseria, rotando sus parcelas y vendiendo su trabajo por salarios de hambre ✓ la irrupción del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN), entendimos que nuestro esfuerzo organizativo no proporcionaba opciones sino que las angustias y la impotencia se acumulaba en las comunidades conduciendo a los grupos campesinos a la violencia ciega ✓ la violencia tiene un costo muy alto como partera de la historia, donde los desposeídos, sobretodo los campesinos, pagan una alta cuota de sangre por las transformaciones sociales y donde los beneficiados casi nunca son ellos mismos ✓ recursos propios busca e impulsa proyectos productivos sostenibles, catenicultura orgánica, cultivo de hortalizas, frutales y florales, y proyectos diversos en agricultura orgánica, cuando es posible ✓ proyectos de carácter intensivo o agroindustrial que generen una explotación intensiva de la tierra y creación de empleos bien remunerados, por un lado y proyectos de carácter alternativo, ecoturismo, viveros, criaderos de fauna silvestre y proyectos de explotación cultural (arquitectura o turismo cultural) ✓ sin descuidar los aspectos culturales propios ✓ Tenemos un trabajo constante de documentación de las tradiciones y leyendas comunitarias así como as historias de la lucha por la tierra, para ello estamos instalando un estudio de grabación en audio para documentarlos y distribuirlos, en los idiomas originales, tzotzil y tzeltal y en español ✓ un laboratorio piloto para la producción de <i>Banavero</i>	Trabajadores ✓ el cardenismo campesino ✓ Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) ✓ dirigentes del Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional ✓ las comunidades campesinas e indígenas ✓ asesores parlamentarios y activistas políticos ✓ Las instituciones oficiales ✓ ISNMA ✓ SOCAHA, Solidaridad campesino Magisterial ✓ el Mercado Mundial ✓ El resto de los productores campesinos e indígenas de pequeñas superficies

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTORES
		<i>hassiana</i>, en colaboración del Instituto Tecnológico Agropecuario de Oaxaca, con el fin de controlar biológicamente la broca del café. ✓ Se cuentan ya con diferentes vermicultivos para la producción de abono orgánico mediante el trabajo de descomposición de pulpa de café y de otros desechos orgánicos por una lombriz altamente especializada, <i>Eisenia fetida</i>. ✓ se ha experimentado en dos cosechas consecutivas con mezclas de café para proponer una nueva marca con su sabor característico de café de altura "Lee Capel", buen café en idioma tzel'al, uno de los idiomas de los antiguos mayas. ✓ No quedará completo nuestro esfuerzo si no incorporamos la comercialización de nuestra producción de café orgánico. ✓ combatir las mercantías desprovistas de contenido del mercado de la usura, buscamos transformar nuestra producción en un vehículo cultural donde los consumidores conozcan el proceso de cultivo y de beneficio y tengan la posibilidad de conocer nuestras comunidades. ✓ hemos abierto un beneficio húmedo de café, en el mismo lugar que se imparten cursos a los productores de las técnicas de manejo del café orgánico para que cualquiera pueda venir a visitar, los campos donde se produce y conozca tanto el proceso como a una de las comunidades de cada para la explotación. ✓ Las instituciones oficiales solamente sirven para apoyar alternativas que significan alguna importancia política para los funcionarios en turno o para algún grupo en el poder, de esta manera en Chiapas una organización ligada fuertemente a los intereses de la iglesia católica y manejada exclusivamente por mestizos y muchos extranjeros que e hace llamar indígenas de la Sierra Madres (ISMAM) produce café orgánico de estándares superiores en calidad, cuenta con recursos financieros ilimitados y ha ganado premios a la exportación y a la producción. ✓ Otra organización ligada a grupos importantes del gobierno y a la estructura oficial, SOCAMA.	

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTIVIDADES
UNION DE EJIDOS Y COMUNIDADES DE CAFECULTORES DEL BENEFICIO DE MAJOMUT	✓ La Unión nació en 1981 y se registró legalmente el 9 de marzo de 1983 ✓ En época de crisis del precio internacional del café, las diferencias en el precio por cada quintal de café producido entre un productor de una cooperativa inserta en el Mercado Justo y un productor "libre" hacen la diferencia entre la posibilidad de reproducción de su economía familiar o la migración en busca de otros ingresos. ✓ Para los socios de la organización ha significado obtener un precio por su producto de hasta el doble y triple del precio pagado por los intermediarios locales ✓ Unión Majomut juega al sistema internacional de comercio justo en 1994 ✓ las organizaciones de México fueron supervisadas a partir de 1996-97 por un representante proveniente de Trans Fair Alemania, con la que antes no habíamos tenido contacto y que desconocía el país y el funcionamiento de las organizaciones. Sin embargo, este proceso se ha venido mejorando con el paso del tiempo ✓ comenzó a vender primero dentro del mercado justo (1993-94) pero dos años después ya se parte paba en el mercado orgánico (1995-96)	✓ el mejorar las formas de producción, transformación y comercialización del café de sus agremiados pero es una organización que busca el mejoramiento integral de las condiciones de vida en las comunidades, impulsando programas de mejoramiento y autoconstrucción de vivienda, de mejoramiento de producción de granos básicos, de autosuficiencia alimentaria, de organización productiva de mujeres y formación de microbanco campesinos ✓ El cultivo de café llegó a esta región hace menos de 100 años, cuando nuestros padres y abuelos trajeron las semillas de las fincas del Soconusco a donde iban a trabajar en la cosecha y las adaptaron a sus propias huertas ✓ Nuestro café no proviene de grandes plantaciones comerciales, ni es cultivado con tecnología "moderna" ✓ Las plantaciones de café de cada uno de los miembros de la Unión Majomut son parte de un sistema de cultivo heredado de nuestros antepasados mayas ✓ mantenemos una gran diversidad ecológica y una estructura muy parecida a la vegetación original de nuestros parajes. ✓ La construcción de alternativas de desarrollo en la Unión Majomut apunta a generar cambios en la concepción y prácticas del proceso productivo y de las relaciones comerciales imperantes ✓ El comercio justo ha venido a reforzar un mercado internacional con presencia de cooperativas de	✓ comercio justo ✓ las comunidades, ✓ relaciones con equidad entre productores y consumidores ✓ 12 cooperativas campesinas en la empresa mexicana para la comercialización de sus productos dentro del esquema de comercio justo denominado <u>"Agromercados"</u> ✓ los compradores ✓ organizaciones de pequeños productores de café ✓ nuestros padres y abuelos ✓ de grandes plantaciones comerciales ✓ sistema de cultivo heredado de nuestros antepasados mayas ✓ cambios en la concepción y prácticas del proceso productivo y de las relaciones comerciales imperantes ✓ mercado internacional ✓ cooperativas de pequeños productores, mercado internacional ✓ grandes corporaciones transnacionales ✓ el sistema May-Hinchar ✓ CENEC ✓ promotores ✓ una relación íntima con la naturaleza ✓ con conocimiento ancestral de sus leyes ✓ libre de químicos ✓ cuidamos el suelo y el agua ✓ cada productor cuida sus plantas su familia

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTANTES
		pequeños productores, como contrapartida al mercado internacional controlado por grandes corporaciones transnacionales ✓ en el sistema Max Havelaar, la influencia más importante vino de las organizaciones participantes en la Coordinadora Nacional de Organizaciones Cafetaleras (CNOCA) ✓ tiene un programa de apoyo a la producción orgánica (en capacitación, formación de promotores) la cantidad de café orgánico producido ha ido creciendo cada ciclo. Además el precio del café orgánico ha sido sensiblemente superior al no orgánico en los últimos ciclos debido a que los importadores del sistema de comercio justo han pedido cada vez más café orgánico pues el mercado identifica más fácilmente lo justo con lo orgánico, por lo que cada vez más café que va al mercado justo es también orgánico ✓ existen pocos que se obtienen directamente por los mismos productores y sus familias en una relación íntima con la naturaleza y con conocimiento ancestral de sus ley es ✓ Nuestro café es orgánico porque es producido libre de químicos. Es orgánico porque cuidamos el suelo y el agua que son el patrimonio heredado de nuestros antepasados y que legaremos a las generaciones futuras. Es orgánico porque cada productor cuida sus plantas, obtiene sus frutos y los procesa junto con su familia ✓ La organización busca consolidar relaciones de largo plazo con los compradores, en donde el objetivo es mantener una oferta permanente de café de la mejor calidad en el mercado y que los consumidores tengan la seguridad que al comprarlo apoyan los procesos de organización social, de conservación del medio ambiente y de desarrollo comunitario ✓ participa comercialmente en dos vías: en el mercado justo y en el mercado de café orgánico. ✓ se participa en proyectos comunitarios de autoconstrucción y mejoramiento de la vivienda, en el establecimiento de heredas de abasto, en la	✓ desarrollo comunitario ✓ los consumidores ✓ consolidar relaciones de largo plazo con los compradores ✓ en el mercado justo ✓ en el mercado de café orgánico

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTANTES
INDÍGENAS DE LA SIERRA MADRE DE MOTOTZINTLA SAN ISIDRO LA BRAVORA DESS (ISMAMI)	✓ nace en 1986	instalación de molinos y torrierías, en créditos para la adquisición de animales de carga ✓ En ISMAMI para satisfacer el exigente mercado. Europeo, Asiático y Americano así como poder seguir manteniéndolos con una excelente aceptación, contamos con métodos de estricta calidad ✓ nos ha caracterizado es que nosotros no nos conformamos con la calidad que nos dan las máquinas, sino que también tenemos un último control de calidad, que es realizado manualmente por nuestros personal altamente capacitado en el área de producción ✓ de granos finos seleccionados con un estricto control de calidad y producido en Chapas, México. ✓ Con técnicas agro-ecológicas de sabores de la cultura maya, quienes se conocen como los artistas del café ✓ La combinación de la geografía y climatología que incluye los suelos volcánicos, temperaturas, intensidad de luz solar, humedad relativa en las estaciones de seca y lluvias, y que encontramos en una de las regiones cafetaleras más fértiles del mundo en zonas montañosas bañadas por la brisa del mar de la Sierra Madre de Chiapas, dan como resultado una fórmula perfecta para su producción ✓ cuenta con reconocido prestigio a nivel Nacional e Internacional, haciéndonos acreedores al Premio Nacional de Exportación en la categoría de agroindustria en el año de 1995. Y el Trofeo Internacional a la mejor imagen de Marca 1998 Entregado en Ginebra Suiza cuenta con reconocido prestigio a nivel Nacional e Internacional, haciéndonos acreedores al Premio Nacional de Exportación en la categoría de agroindustria en el año de 1995. Y el Trofeo Internacional a la mejor imagen de Marca 1998 Entregado en Ginebra Suiza ✓ ISMAMI es miembro de CANACINTRA, IFCAAM (Federación Internacional del Movimiento de Agricultura Orgánica), del Frente de Campesinos Solidarios de América Latina y de la fundación TRANSFAIR-MAX HAVELAAR, esta última dedicada a la vigilancia del comercio justo y	✓ productores y exportadores de café orgánico ✓ mercado. Europeo, Asiático y Americano ✓ 1,330 campesinos indígenas de las etnias Mam y Tzotzil ✓ Sonos socios minoristas de tierras ejidales, comitales y de pequeña propiedad ✓ nuestros personal altamente capacitado en el área de producción ✓ sabores de la cultura maya

ACCIONES DE LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCCIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN MÉXICO

COMUNIDAD	SECUENCIAS	FUNCIONES	ACTIVIDADES
UNIÓN DE EJIDOS DE SAN FERNANDO	✓ La Unión de Ejidos "San Fernando" se constituyó el 15 de Diciembre de 1984 ✓ 17 años de caminar en el sendero del desarrollo social de sus agremiados, contando con el decidido apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales, así como de instituciones de finanzas oficiales y no oficiales, comprometiéndose con el desarrollo del sector campesino y más en particular de los pequeños productores de café	equitativo, con sede en Holanda y Alemania respectivamente ✓ buscar la asociación de pequeños productores de café, los cuales unidos buscarían canales de comercialización de su producto, para evitar el intermediarismo ✓ la organización fue cambiando, se fue considerando cuáles serían los mecanismos más adecuados para satisfacer los objetivos primordiales de la organización, que eran además de la comercialización del café, elevar las condiciones sociales y económicas de su entorno, cuidar y promover el respeto al medio ambiente y conservar los recursos naturales no renovables ✓ comercializa de manera directa a países como Holanda, Dinamarca, Alemania, Japón y Estados Unidos ✓ el cultivo de este café utilizan técnicas de cultivo y labores que no agreden al medio ambiente ni a la naturaleza, así como también hacen uso de insecticidas y abonos orgánicos que producen por sí mismos ✓ desarrolla proyectos para el beneficio de sus socios, incrementando el nivel de vida de las familias, además de mantener el respeto por nuestro medio ambiente ✓ La Unión tiene en operación mecanismos alternos tanto de comercialización para el café que producen, como proyectos de desarrollo social que permiten mejorar de manera paulatina el entorno de las comunidades en las que los socios habitan ✓ el desarrollo de cafeterías con un concepto muy propio, y en donde se oferta un café de altura, con una calidad de exportación, cultivado bajo técnicas ecológicas de producción. ✓ difundir los productos de calidad que se producen en nuestra unión, y con esto tener una mejor presencia a nivel internacional, además de buscar canales de comercialización a estos productos	✓ pequeños productores de café. ✓ el intermediarismo ✓ comercializa de manera directa a países como Holanda, Dinamarca, Alemania, Japón y Estados Unidos ✓ elevar las condiciones sociales y económicas de su entorno. ✓ cuidar y promover el respeto al medio ambiente ✓ conservar los recursos naturales no renovables ✓ los socios

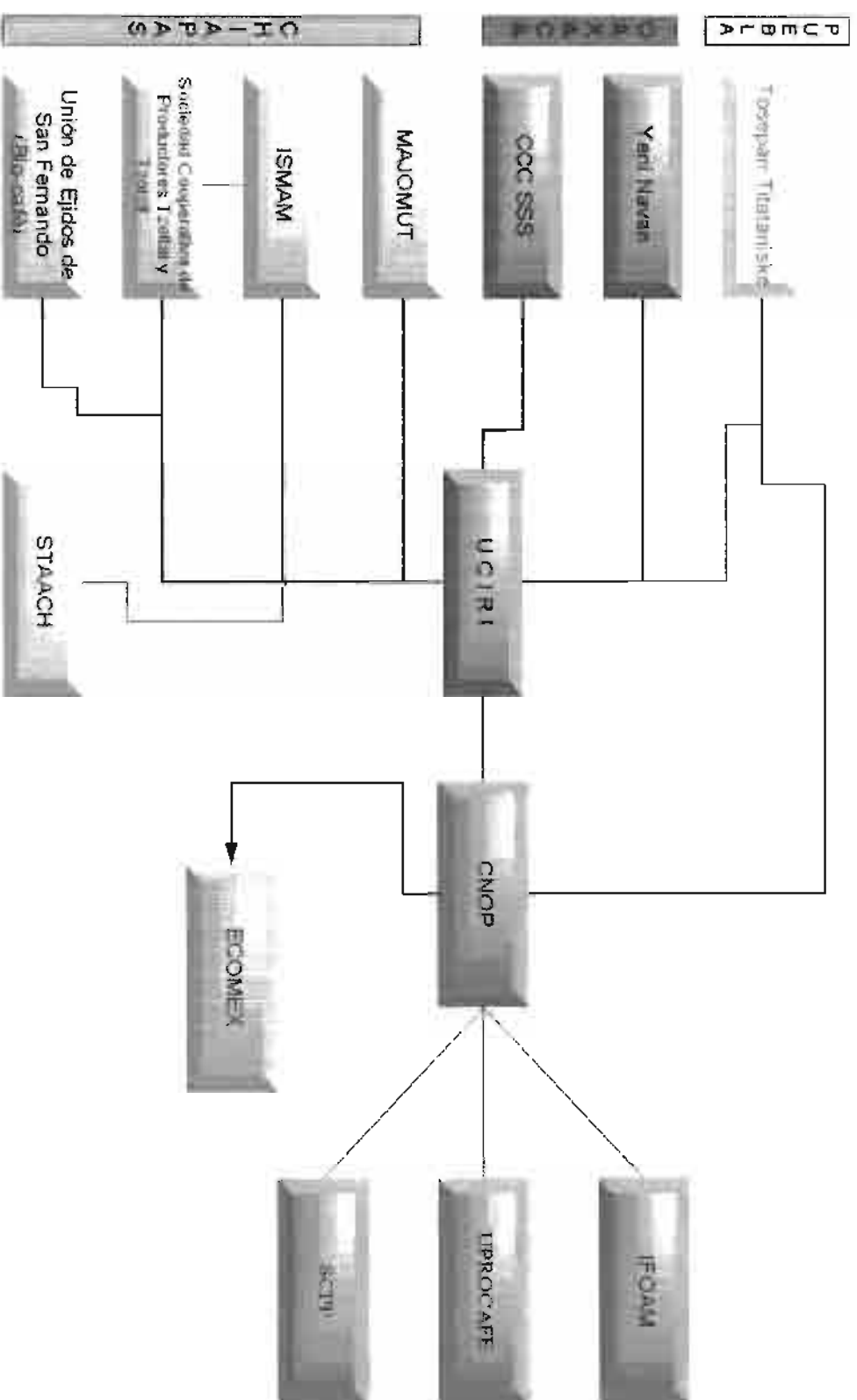
DESCRIPCIÓN DE PÁGINAS ELECTRÓNICAS DE PRODUCTORES DE CAFÉ ORGÁNICO

ORGANIZACIÓN	TEXTOS	FOTOS/MAPAS	VÍNCULOS	LOGOTIPO	ANIMACIONES	VALORES INSTITUCIONALES	OTROS
COORDINADORA NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAJETALERAS (CNCOC)	Expositivo	1 foto 1 mapa (ubicación)	Ninguno	Si en página inicial	Ninguna	Ninguno	BIOMIAS) Español
			SERVIDOR La netia	Cuatro granos de café (negro)			Color
				Naturaleza			Blanco y negro
							FORMATO Vertical
UNION DE COMUNIDADES INDÍGENAS DE LA REGIÓN DEL ISTMO (UCIRI)	Expositivo-argumentativo	12 fotos	Cooperativas mexicanas	Si, en página inicial	NO	Bienvenida Noticias Somos Proyectos Hipervínculos Contacto	ACTUALIZ/ VISTAS No especificadas
			Concejo mexicano	Circulo de 12 personas tomadas de la mano			BIOMIAS) Español: Inglés
			Comercio justo internacional	Color (verde)			Color
			Ciudades internacional	Abusión a la diversidad			Color
COOPERATIVA TOSEPAN TITATANKI (UNIDOS VEREBREVIOS)	Expositivo-argumentativo	15 fotos	SERVIDOR Propio	Una mujer de espaldas cargando un racimo de hojas-plantas	No	Inicio Nosotros Productos Servicios Contacto Quiénes somos Nuestra historia Programas de trabajo Mekuneda (audios reales)	FORMATO Horizontal
			Ninguno	Si			BIOMIAS) Español
			SERVIDOR Propio	Femenino			Color
							FORMATO Horizontal

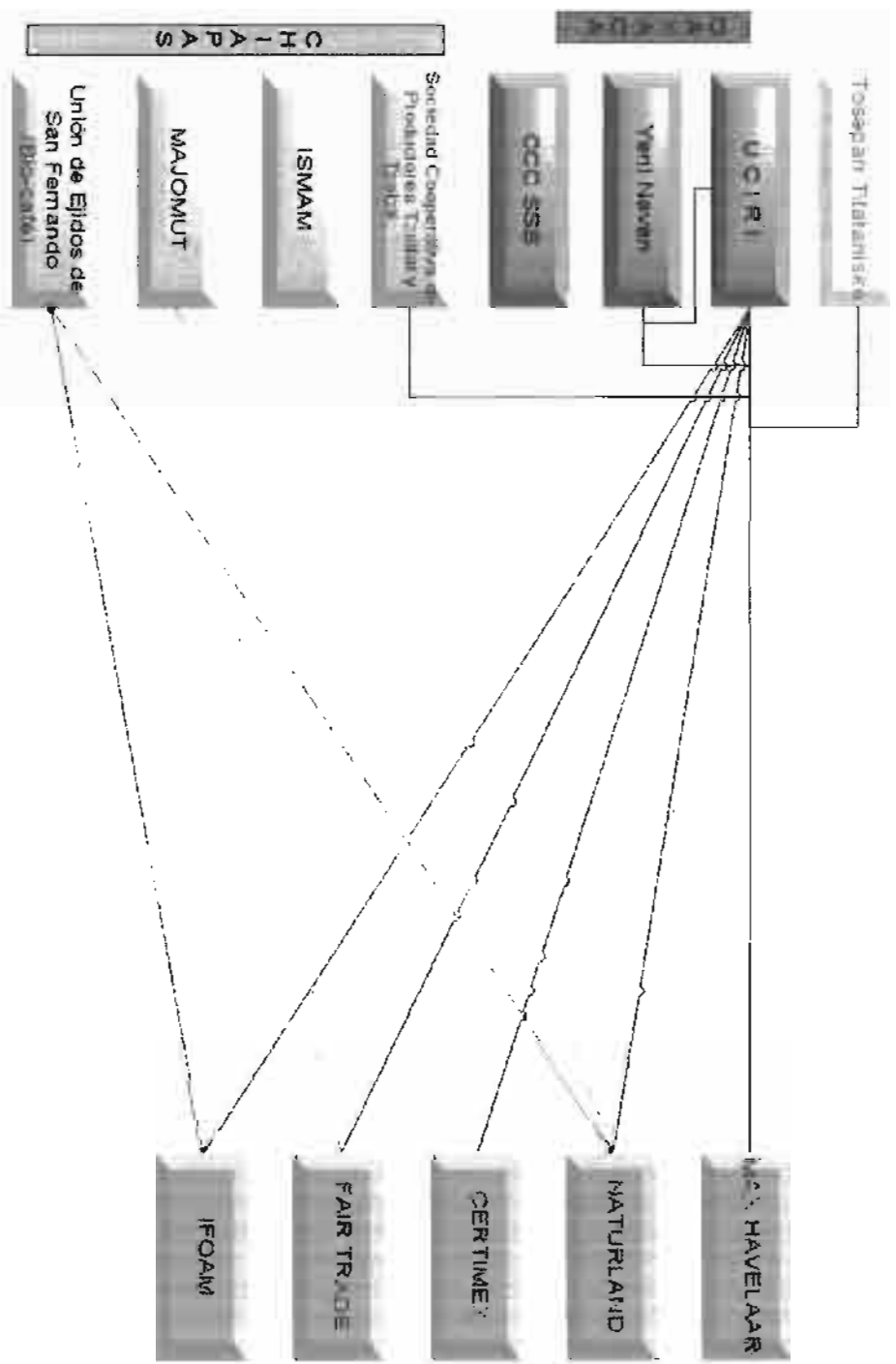
DESCRIPCIÓN DE PÁGINAS ELECTRÓNICAS DE PRODUCTORES DE CAFÉ ORGÁNICO

ORGANIZACION	TEXTOS	FOTOS/MAPAS	VINCULOS	LOGOTIPO	ANIMACIONES	VALORES INSTITUCIONALES	OTROS
TRABAJADORES AGRÍCOLAS DE LOS ALTO DE CHIAPAS, A.C.			SERVIDOR La red	pescado y personas (verde) naturaleza			Color color
							FORMATO horizontal
							ACTUALIZACIONES
UNIÓN DE EMPES Y COMUNITADES DE CAFETECULTORES DEL BENEFICIO DE MAYAMUT	Expositivo-argumentativo	21 fotos 1 mapa	Nacionales e internacionales	Si, tres granos de café y una mano que los sostiene	Ninguna	Inicio Introducción Objetivo Nuestro café Comercio justo Café orgánico Compradores Certificación Calidad Proyectos de desarrollo	Idioma(s) Español/Inglés/ Francés
			SERVIDOR Propio				COLOR Color
							FORMATO Horizontal
INDÍGENAS DE LA SIERRA MADRE DE MOTUZINTLA SAN ISIDRO LABRADOR S DESS (ISMAMI)	Expositivo	20 fotos 1 mapa	Internacionales	Si, sólo en página inicial	Ninguna	Quiénes somos Localización Área de influencia Insalaciones Proceso de cultivo Control de calidad Que producimos y exportamos Reconocimientos contactemos	Idioma(s) Español/Inglés
			SERVIDOR Propio				COLOR Color
							FORMATO Horizontal
UNION DE EMPES DE SAN FERNANDO	Expositivo	15 fotografías	5	Si, granos de café	Ninguna	Inicio Unión de ejidos El café Productos Noticias Enlaces y contacto	ACTUALIZACIONES 2006
				Naturaleza			Idioma(s) Español
			SERVIDOR La red				COLOR Color
							FORMATO Horizontal

Red de Organizaciones Cafetaleras de Producción Orgánica en México



Comercialización en la Venta de Café Orgánico a Nivel Mundial



LISTA DE CUADROS Y GRÁFICAS

CAPÍTULO I.

- Cuadro 1. Elementos que integran el Desarrollo Sostenible (DS)
- Cuadro 2. Algunas zonas cafetaleras de Oaxaca
- Cuadro 3. Algunas zonas cafetaleras de Puebla
- Cuadro 4. Distribución por entidad de producción cafetalera 2006
- Cuadro 5. La producción de café en México 2003
- Cuadro 6. Censo Nacional Cafetalero Estratificación Febrero de 2006 (Productores)
- Cuadro 7. Productores de café orgánico en México
- Cuadro 8. La producción de café orgánico según el Consejo Civil para la Cafeticultura Sustentable en México
- Cuadro 9. Distribución de lenguas y población indígena en México
- Cuadro 10. Cultivo de café y palma en áreas de conservación de la biodiversidad
- Cuadro 11. Marginación Estatal
- Cuadro 12. Distribución de localidades indígenas y Predominantemente indígenas

CAPÍTULO II.

- Cuadro 13. Dimensiones de las TIC
- Cuadro 14. El Hipertexto en la Comunicación y la información
- Cuadro 15. Usos más corrientes de Internet 2005-2006
- Cuadro 16. Porcentaje de hogares con Internet, 2005

CAPÍTULO III.

- Cuadro 17. Organizaciones de producción de café orgánico en México
- Cuadro 18. Actividades de organizaciones de producción de café orgánico
- Cuadro 19. Cuadro de veridicción
- Cuadro 20. Modelo Actancial sobre la discursividad de los agricultores de café orgánico
- Cuadro 21. Modelo Actancial sobre Acciones

CAPÍTULO IV.

- Cuadro 22. Logotipos de comunidades virtuales cafetaleras
- Cuadro 23. Figuras humanas en logotipos
- Cuadro 24. Circularidad en la comunidad: UCIRI
- Cuadro 25. Relación Enunciador— Enunciatorio del discurso Visual
- Cuadro 26. Las relaciones actanciales
- Cuadro 27. Los actantes: Primera tensión
- Cuadro 28. Los actantes: Segunda tensión
- Cuadro 29. Los actantes: Tercera tensión
- Cuadro 30. Los actantes: Cuarta y Quinta tensión

COMENTARIOS Y REFLEXIONES FINALES.

- Cuadro 31. Relaciones discursivas en las *Comunidades virtuales* de Productores de Café Orgánico
- Cuadro 32. Géneros discursivos en las *Comunidades virtuales*

ORDEN NUMÉRICO DE LAS PÁGINAS ELECTRÓNICAS ANALIZADAS

- 1 COORDINADORA NACIONAL DE ORGANIZACIONES CAFETALERAS (CNOO)
- 2 COOPERATIVA TOSEPAN TITATANISKE (UNIDOS VENCEREMOS)
- 3 UNION DE COMUNIDADES INDIGENAS DE LA REGION DEL ISTMO (UCIRI)
- 4 YENI NAVAN S.P.R. DE R. L.
- 5 UNION DE COMUNIDADES INDIGENAS DE LA ZONA NORTE DEL ISTMO A. C. (UCIZONI)
- 6 COMUNIDADES CAMPESINAS EN CAMINO S. S. S
- 7 SOCIEDAD COOPERATIVA DE PRODUCCIÓN TZETZIL Y TZOTZIL
- 8 SOCIEDAD DE TRABAJADORES AGRICOLAS DE LOS ALTOS DE CHIAPAS, A. C.
- 9 UNION DE EJIDOS Y COMUNIDADES DE CAFETICULTORES DEL BENEFICIO DE MAJOMUT
- 10 INDIGENAS DE LA SIERRA MADRE DE MOTOZINTLA SAN ISIDRO LABRADOR S DE SS (ISMAM)
- 11 UNIÓN DE EJIDOS DE SAN FERNANDO