Perspectivas antropológicas para un mejoramiento en la comercialización de los productos agrícolas en la comuna de Empedrado, Región del Maule.

Nikolas Stüdemann Henríquez y Ariel Führer Führer.

Cita:

Nikolas Stüdemann Henríquez y Ariel Führer Führer (2010). *Perspectivas antropológicas para un mejoramiento en la comercialización de los productos agrícolas en la comuna de Empedrado, Región del Maule. VII Congreso Chileno de Antropología. Colegio de Antropólogos de Chile A. G, San Pedro de Atacama.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/vii.congreso.chileno.de.antropologia/15>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eYYc/K0v>

Perspectivas antropológicas para un mejoramiento en la comercialización de los productos agrícolas en la comuna de Empedrado, Región del Maule

Nikolas Stüdemann Henríquez¹⁹¹
Ariel Führer Führer¹⁹²

RESUMEN

El programa PRODECOP (INDAP) apoya desde hace ocho años a los productores tradicionales del secano en la comuna de Empedrado. Se han logrado mejoras productivas considerables, sin embargo, la mayoría de los productores no comercializa sus excedentes en el mercado formal. Mediante un estudio cualitativo los autores lograron aislar ciertas variables que inciden en este fenómeno: a) los niveles de capital social; b) las interfaces desplegadas; c) la dicotomía entre economía formal/sustantiva.

Palabras claves: producción tradicional; excedentes; capital social; asociatividad; interfaz; economía formal/sustantiva

ABSTRACT

The PRODECOP (INDAP) program has supported for the last eight years the traditional dryland producers in the community of Empedrado. Significant productivity improvements have been achieved; however, most producers do not market their surpluses in the formal market. Through a qualitative study the authors were able to isolate certain variables that affect this phenomenon: a) the levels of social capital, b) interfaces deployed; c) the dichotomy between formal and substantive economy.

Keywords: traditional production, surplus, capital; associativity; interface; formal/substantive economy.

Introducción

Durante los últimos ocho años, el programa PRODECOP (INDAP) ha trabajado intensamente en la comuna de Empedrado¹⁹³ con el objetivo de apoyar a los productores agrícolas del secano. Con 144 usuarios durante 2010, el proyecto ha sido exitoso a niveles productivos, existiendo un auge en el rubro que se refleja en la existencia de nuevas y más formas de regadío, en la introducción de nuevas especies de mayor valor comercial que las tradicionales y en la implementación de mejores técnicas de producción, como lo es el cultivo en invernadero.

¹⁹¹ Universidad de Chile. nikstudemann@yahoo.es

¹⁹² Universidad de Chile. airfuhrer@gmail.com

¹⁹³ La comuna de Empedrado se ubica en la provincia de Talca, en la zona de la cordillera de la costa. Tiene 4.225 habitantes, de los cuales aproximadamente un 41% viven en la ruralidad (Censo, INE, Año 2002).

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

Las mejoras en la producción han logrado que muchos pequeños productores aseguren el autoconsumo, ahorrando considerablemente para la economía del hogar. Por otra parte, se han apoyado iniciativas de emprendimiento comercial, gracias a las cuales algunos de los usuarios han estabilizado una fuerte e innovadora actividad comercial y otros se encuentran en vías o con la motivación de hacerlo. Sin embargo, existe un elevado porcentaje de usuarios que teniendo los medios entregados por el Programa y habiendo ya superado la barrera del autoconsumo, no comercializa sus productos ni tiene claras expectativas de hacerlo. La situación, vista desde afuera, indica que aquellos excedentes se pierden o son mal utilizados por la gente del campo.

El bajo índice de comercialización de los productos -tomando en cuenta los niveles de productividad logrados por el Programa- es lo que motivó este estudio antropológico. Habiéndose intentado capacitaciones comerciales y otras iniciativas que no han dado los frutos esperados, se ha pensado que en este fenómeno pueden incidir variables socioculturales que no son detectables a simple vista.

Para dilucidar los motivos, razones y factores que pueden estar incidiendo en este problema se trabajó durante el segundo semestre del 2009 por encargo de Agraria SA (consultora que ejecuta PRODECOP en la comuna de Empedrado), proponiéndose un plan de trabajo cualitativo en dos etapas: una de estudio en terreno con entrevistas a los productores y observación en el campo; otra de ejecución de talleres comunitarios para analizar en conjunto con los productores -de manera grupal y horizontal- la situación actual del comercio y las propuestas que ellos pudieran tener para un mejoramiento.

Metodología

El estudio fue estructurado en dos etapas de trabajo en terreno, la primera de investigación -diagnóstico y la segunda de ejecución de talleres por localidades. El trabajo de terreno abarcó las localidades de Empedrado, La Patagua, Las Risqueras, Colmenares, Pellines, Rayenco, La Orilla, La Quebrada, Lagunillas, Melencura, Cuyuname, Puico y Linda Vista, todas pertenecientes a la comuna de Empedrado, Región del Maule.

El proceso de investigación tuvo una duración de cinco semanas. En cuanto al alcance, corresponde a un estudio descriptivo e interpretativo de los sistemas de comercialización de los pequeños productores de la comuna.

Las técnicas de producción de información utilizadas en la primera etapa fueron treinta entrevistas a pequeños productores y observaciones etnográficas en las localidades y a la gran mayoría de los predios de los entrevistados y entrevistadas, obteniendo un conocimiento territorial que aportó antecedentes relevantes e información de primera mano a través de un contacto directo y cercano con las informantes.

Como todo estudio-diagnóstico, este trabajo estuvo encauzado hacia una finalidad práctica, que en este caso es producir información necesaria para la formulación de una propuesta de intervención sociocultural y comercial que mejore/fortalezca la comercialización de dichos productos considerando las distintas organizaciones socioculturales campesinas locales, sus fortalezas, debilidades y potencialidades.

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

En la segunda etapa se ejecutaron cinco talleres de conversación en las localidades de Pellines, Puico, Linda Vista, La Orilla y Empedrado, (con una asistencia de ochenta participantes) enfocados en el tema de la comercialización de los productos agrícolas en la comuna de Empedrado. El principal objetivo de estos talleres fue la generación de un espacio de conversación horizontal con y entre los productores, con miras a recoger y priorizar propuestas locales respecto al tema en estudio y crear una red de participación considerando su interés y/o compromiso por generar respuestas asociativas o comunitarias en torno a mejorar la comercialización de sus productos.

Marco teórico - conceptual

Sustantivismo económico v/s formalismo

Un eje importantísimo de discusión en antropología económica se centra en la dicotomía formalismo/sustantivismo. El formalismo lo definimos como aquel enfoque que entiende a todas las manifestaciones económicas humanas bajo el prisma de la lógica económica capitalista, esto es, principalmente, la escasez de recursos frente a la inagotabilidad de las necesidades humanas y la maximización monetaria y del placer, entre otras aristas. Entendemos que la mirada económica formalista no es apta para analizar aspectos que divergen de la lógica occidental económica planteada desde los albores del capitalismo por Adam Smith y luego la teoría neoclásica y su individuo económico racional. Siguiendo el razonamiento de Nurit Bird-David, quien bien cita a Stephen Gudeman y otros especialistas de los años 60s y 70s, pensamos que la teoría económica neoclásica se encuentra fundada en prescripciones morales provenientes de una cosmología occidental y de una cierta corriente epistemológica propia del neoclasicismo y la industrialización (1999:3). Por esto, no podemos entender la economía formal como una realidad empírica universal, sino debemos tratarla como una construcción teórica propia de un momento histórico y cultural dado, una teoría muy práctica al momento de entender el comportamiento económico de su propio progenitor: el hombre occidental del capitalismo.

Debemos señalar que en el caso que nos atañe, muchos de los productores que comercializan están insertos en una lógica de mercado al transar sus productos en éste. Sin embargo, debe ser de análisis hasta qué punto esta lógica influye en el comportamiento económico del pequeño productor rural y si conceptos como la escasez, la maximización (monetaria y del placer), la empresa y el hombre económico en general, se reflejan en estos productores.

Como contraparte, tenemos el postulado del sustantivismo, desde el cual se reconocen dos significados atribuibles a la economía: uno formal o lógico (el que definimos en los párrafos anteriores) y otro real o sustantivo. Para Karl Polanyi:

“Los dos significados raíces de *económico*, el sustantivo y el formal, no tienen nada en común. El último procede de la lógica, el primero de la realidad. El significado formal implica un conjunto de reglas relativas a la elección entre los usos alternativos de los medios insuficientes. El significado sustantivo no implica elección ni insuficiencia de los medios; la subsistencia humana puede implicar o no implicar la necesidad de elección, y si hay elección no necesariamente tiene que deberse al efecto limitador de la *escasez* de los medios” (Godelier 1974: 115).

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

Aquí se propone una comprensión abierta de la especificidad del entorno natural y cultural en que el hombre se desenvuelve para subsistir, dejando atrás imposiciones lógicas provenientes de la economía formal que pueden verse superadas por la realidad. Para acercarnos a una comprensión no restrictiva de la economía de los pequeños productores agrícolas, para entender posibles divergencias en su actuar como productores frente a lo que pregona la economía formal, debemos recurrir a un pensamiento sustantivo, a pensar la economía como un proceso institucionalizado. Para Polanyi:

“El origen del concepto sustantivo es el sistema económico empírico. Puede resumirse brevemente (si no comprometidamente) como el proceso instituido de interacción entre el hombre y su medio ambiente, que tiene como consecuencia un continuo abastecimiento de los medios materiales que necesitan ser satisfechos.” (1974: 159).

Para entender mejor a lo que nos referimos por institucionalidad, demos un corto paseo por la definición constructivista al respecto. Según Berger y Luckmann: “La institucionalización aparece cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores. Dicho en otra forma, toda tipificación de esa clase es una institución” (1999: 76). Debemos dejar en claro que dicha institucionalidad no nace de relaciones particulares o aisladas entre individuos, sino, citando a los mismos autores: “Un mundo institucional, pues, se experimenta como realidad objetiva, tiene una historia que antecede al nacimiento del individuo y no es accesible a su memoria biográfica” (ibid.: 82). Por lo tanto, la institución es una construcción social e histórica, que se da en todo ámbito de la vida cotidiana, familiar, económica, política, recreacional, etc. Además, “los significados objetivados de la actividad institucional se conciben como un *conocimiento* y se transmiten como tales” (ibid: 94).

Siguiendo esta corriente, desde la economía como actividad institucional surgen dos conceptos: actividad e institucionalización. Para Polanyi:

“Actividad sugiere un análisis en términos de movimiento. Los movimientos se refieren a cambios de localización o bien a cambios de apropiación de bienes o ambos. En otras palabras, los elementos materiales pueden alterar su posición cambiando de lugar o bien cambiando de *manos*” (1974: 159).

Es decir, son actividades de movimiento, ya sea de transporte, producción y /o apropiación. Por su parte, la institucionalización se refiere a lo que definimos según el constructivismo; en palabras de Polanyi:

“La institucionalización del proceso económico dota al proceso de unidad y estabilidad; crea una estructura con una función determinada en la sociedad; modifica el lugar del proceso en la sociedad, añadiendo de este modo significación a su historia; centra el interés sobre los valores, las motivaciones y la actuación práctica” (ibid.: 161).

Según este mismo autor, las pautas principales de institucionalidad económica verificadas empíricamente son la reciprocidad, la redistribución y el intercambio. La primera se refiere a una solidaridad sistemática y simétrica entre ciertos grupos y bajo ciertas condiciones; la segunda al flujo de bienes desde las unidades económico-productivas hacia un centro de acopio para luego

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

ser redistribuidos en la sociedad; la tercera al intercambio de bienes mediante mercados creadores de precios (ibid.).

Conceptos sobre el campesinado

En este trabajo no corresponde discutir a fondo en torno a las distintas teorías sobre el campesinado ni abordar las corrientes descampesinizantes que niegan la aplicación de éstas en el contexto moderno imperante hoy en la sociedad. Sin embargo, debemos plantear que ciertos conceptos creados por corrientes de especialistas que dedicaron su trabajo a investigar y definir la vida de los productores en el campo, son muy útiles al momento de comprender y analizar estas realidades. A continuación presentamos ciertos conceptos resumidos desde estudios sobre el campesinado y que son operativos para nuestra investigación.

Fondos. La economía del campesino es más compleja de lo que a simple vista notamos. En primer lugar, la unidad productiva campesina vela por mantener raciones de alimento que cubran el mínimo calórico requerido por el núcleo familiar. Luego, antes de considerar los productos sobrantes como excedentes para una posible comercialización, muchas de las familias deben acumular productos para crear fondos dirigidos a otros requerimientos.

Fondo de reemplazo. Esta acumulación de productos está dirigida en función de dos requerimientos principales: “facilitar semilla suficiente para la siembra y cosecha del año próximo y reemplazar su equipo mínimo de producción y consumo” (Wolf 1971: 14). Esto último apunta a los recursos que el productor destina para mantener su infraestructura productiva funcionando.

Fondo ceremonial. Entre los campesinos existen muchas formas simbólicas de pago y/o de incentivo al trabajo comunitario y a mantener redes sociales de apoyo activas. “Todas las relaciones sociales están rodeadas de un ceremonial y el ceremonial puede ser pagado con trabajo, bienes o dinero. Si los hombres han de mantener relaciones sociales, han de trabajar también para constituir un fondo destinado a los gastos que estas relaciones originen” (ibid.: 16).

Fondo de emergencia. Factores climáticos, accidentales y/o del mercado suelen provocar cada ciertos años que la siembra se pierda totalmente o en gran parte. Para estos casos, los campesinos suelen guardar un fondo de productos no perecibles para afrontar la emergencia sin quedar en la miseria.

Fondo de renta. Las relaciones entre los campesinos suelen ser simétricas. Sin embargo, existen casos en que el campesino, por trabajar en tierras que le son ajenas o por otros motivos de subyugación, debe pagar un tributo a una persona que guarda con él una relación asimétrica. Para solventar aquel “tributo” se acumula este fondo.

Coaliciones campesinas. A continuación categorizamos las distintas uniones económicas-productivas que pueden darse entre los campesinos:

Horizontal. Campesinos con campesinos, simétricas, donde no existe una relación jerárquica.

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

Vertical. Campesinos con personas de un nivel económico superior, externos o pertenecientes a su comunidad, donde se da una relación jerarquizada.

Diádica. Enlaza a dos personas o a dos grupos de personas.

Poliádica. Enlaza a varias personas o a varios grupos de personas.

Estas categorías se conjugan entre las de tipo de relación y número de socios, pudiendo crearse, por ejemplo, una coalición poliádica horizontal, la cual despliega asociaciones extensas de productores que pueden ser locales o multilocales y se ven fortalecidas al fundarse en lazos de parentesco, confianza y/o amistad (ibid.: 113-115).

Reciprocidad. La reciprocidad es un sistema institucionalizado de flujo monetario y/o de productos (materiales y mano de obra) en una red de productores y/o con personas externas. Un campesino puede entregar parte de sus recursos a un par o a un externo, para esperar que en una cierta cantidad de tiempo se le “devuelva la mano”. De esta forma se crea una red de ayuda entre los productores, la cual se extiende a veces hacia “afuera” y mientras más extensa sea, el campesino contará con más posibilidades de obtener ayuda y a la vez tendrá más responsabilidad de cooperar cuando se le requiera. En el caso del trabajo, una forma clásica en Chile de organización es en torno a la *minga* o *mingako*, donde los vecinos se ayudan unos a otros en variadas labores que necesitan gran intensidad de trabajo.

Al integrarse personas externas a la localidad, éstas suelen ser familiares y/o ex vecinos y/o amigos. Estas redes se reglamentan socialmente y se castiga al que hace usufructo indebido de ellas, ya sea con la exclusión de la red u otro tipo de sanción.

Intercambio. El intercambio se realiza entre campesinos o con personas externas al momento de dar un producto u objeto a cambio de otro. Esta forma de comercialización informal requiere de un mercado formador de precios que regule el tipo y la cantidad de bienes a intercambiar. El intercambio en ocasiones se institucionaliza con el apoyo de redes sociales y lazos económicos fuertes, sistematizándose y perdurando en el tiempo.

Capital social

Para estos efectos entendemos el capital social como “el contenido de ciertas relaciones y estructuras sociales, es decir, las actitudes de confianza que se dan en combinación con conductas de reciprocidad y cooperación” (Durstón 2002: 15). La reciprocidad ya le hemos definido. Por su parte, la cooperación aquí entendida es “una acción complementaria orientada al logro de los objetivos compartidos de un emprendimiento común” (ibid.: 18).

El capital social se manifiesta en varios niveles, siendo los que interesan para este trabajo el individual, el grupal y el colectivo. El primero “se manifiesta principalmente en las relaciones sociales diádicas de confianza y reciprocidad que establece la persona, y se extiende a través de redes egocentradas” (ibid.: 19). El grupal es una prolongación del individual, “donde se cruzan muchos vínculos de un grupo donde todos se conocen. (...) Hay un alto grado de cierre, las relaciones se densifican, con lo cual se forma un grupo capaz de funcionar como equipo o, en otras palabras, como empresa” (ibid.: 40). De manera distinta, “el capital social colectivo o

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

comunitario consiste en las estructuras e instituciones sociales de cooperación del conjunto total de personas de una localidad” (ibid.: 19).

Podemos notar la diferencia entre una relación o relaciones de carácter personal o grupal, que persiguen un bien basado en el ego o en un grupo limitado de “amigos”, y una red de relaciones bajo el amparo de una organización social objetivada y validada (colectiva), que busca el bien común de una comunidad, sin fijarse en individuos específicos y que cuenta con estructuras, dirigencia, deberes, sanciones, etc. Según la experiencia de trabajo en el tema, el capital social individual y grupal son fértiles para crear del tipo social-colectivo.

Interfaces. De manera general, “una *interfaz* es el área de intercambio entre dos o más sistemas sociales. Alude al encuentro co producido de unidades socioculturales distintas, que interactúan en un espacio común condicionado *por el ajuste de* respuestas y percepciones mutuas” (Miranda y Monzo 2003: 14).

Para estos efectos, ocupamos este concepto para referirnos a los vínculos, enlaces e instancias entre organismos interventores y los grupos sociales intervenidos. Estas formas de “asociación” son parte de un posible capital social que las comunidades conforman externamente. Existen múltiples estrategias que los agentes externos (ya sea estatales, privados, ONGs, etc.) pueden desplegar para relacionarse con las comunidades, las cuales van desde los más altos grados de verticalidad (clientelismo autoritario) hasta los de horizontalidad (sinergia o *complementariedad* Estado-sociedad), entre otras aristas. En los grados más elevados de verticalidad, el organismo interventor funciona como un “patrón” que dicta órdenes a un grupo subyugado al cual considera dependiente e incompetente, mientras en el más horizontal se busca lograr una sinergia, lo cual significa que ambos sistemas (institución externa y comunidad) se complementan, necesitan, ayudan y benefician desde un mismo nivel.

Ambos extremos son tipos ideales, existiendo varias formas de relación que combinan horizontalidad con verticalidad. Además, las facetas de estas estrategias son variadas, donde tenemos, por ejemplo: las que funcionan como una tecnocracia burocrática racional (que impone fórmulas); las que se rigen por la competitividad del mercado; las que se incrustan en vínculos socio-emocionales con la comunidad; entre otras.

Análisis del estudio

Nuestra muestra incluyó, entre entrevistas y talleres, a 80 personas, representando un 56% del universo de estudio (144 usuarios de PRODECOP). Desde los relatos y observaciones de los productores, podemos aislar algunos factores principales internos y externos de la unidad productiva que inciden en la escasa comercialización. En esta etapa hemos ocupado como información complementaria a la obtenida por la investigación, los datos de caracterización comercial y los problemas/ventajas que sistematizamos desde los talleres comunitarios de la Fase 2.

Factores internos

Excedentes productivos nulos o bajos (baja productividad). La mayoría de los productores de la muestra manifestaron que sólo producían para el autoconsumo o bien comercializaban una

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

pequeña fracción de excedentes que era imposible aumentar por factores productivos insalvables. Estos factores son, fundamentalmente: terrenos pequeños; mala tierra; sobrecarga de los terrenos productivos; escasa mano de obra; escaso riego.

En el caso de los factores que tienen que ver con la extensión y calidad de la tierra, es poco lo que en esta instancia se puede tratar. Para el riego, existen en algunos sectores, fundamentalmente en La Orilla con el proyecto del tranque para regadío, expectativas de mejorarlo y con esto lograr una cosecha más abundante que permita excedentes considerables para la comercialización. Sin embargo, al no existir ninguna seguridad de que esto se concretice en un verdadero fomento productivo, es asumido sólo como una ilusión a largo plazo y los productores de esta localidad se muestran escépticos a formular proyectos serios de comercialización para el futuro.

En el caso de la mano de obra, la migración campo-ciudad ha jugado un rol fundamental en el envejecimiento de los trabajadores, quienes no logran proseguir con su producción de manera satisfactoria. Además, los pocos jóvenes que permanecen en el campo se dedican en su mayoría a trabajar en actividades que otorgan dinero rápido, como la forestal o como trabajadores de grandes viñas. Según algunos de nuestros entrevistados, los jóvenes no tienen paciencia para optar a un trabajo como el agrícola, el cual requiere varios meses de espera para obtener beneficios. Además, la valoración cultural por parte de la juventud de las actividades productivas tradicionales en el campo, según nuestra muestra, es muy baja.

Al ser la cantidad de productos pequeña, las vías de comercialización se condicionan a una venta de pequeña escala, dirigida a vecinos y consumidores ocasionales. Algunos productores plantearon la posibilidad de asociación entre ellos para insertar sus pequeñas producciones en el mercado formal.

Falta de movilización. El aislamiento geográfico de algunas de las unidades productivas es un factor determinante al momento de comerciar. De no contar con un vehículo y ante la ausencia casi total de movilización pública en la mayoría de las localidades, los productores quedan sometidos a transar sus productos sólo en su lugar de residencia, ya sea a vecinos, algún consumidor/visitante ocasional o a intermediarios que en ocasiones aprovechan ser los únicos en ir y fijan los precios unilateralmente. Otra alternativa es caminar cargando los productos, a veces con ayuda animal o carretillas, para llegar a Empedrado urbano o para buscar pequeños nichos de comercio, como los son las rutas principales y sectores de trabajo forestal, principalmente. Esta dificultad traba el flujo de comercio y se vuelve una de las razones por las cuales los pequeños productores encuentran riesgoso dar un salto cuantitativo en la producción.

Algunos productores propusieron buscar compradores que acudan a buscar productos sistemáticamente a sus localidades, para lo cual concluyeron que lo más apropiado sería unirse y aportar cada uno con lo suyo para hacer factible el viaje.

Usos alternativos de los “excedentes”. Como planteamos en nuestro marco conceptual, existen fondos con distintas funciones que deben ser acumulados por los productores. Por otra parte, se consolidan redes de reciprocidad e intercambio que deben ser sustentadas. Esta parte de los productos -que permanece invariable ya que es condición para asegurar el autoconsumo- muchas veces es considerada como un excedente falso, ya que en verdad debe ser gastada, intercambiada,

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

guardada o invertida y no queda a disposición del productor para ser comercializada en el mercado formal.

En el caso de nuestra muestra, distinguimos la existencia de fondos de reemplazo, sobre todo en La Orilla, donde algunos productores dejan una importante fracción de la cosecha para la siembra del siguiente año, como también, algunos desde estos productos obtienen material para alimentar a sus animales los cuales luego comercializan. Además, estos mismos productores suelen guardar un fondo de emergencia debido a malas experiencias en años donde perdieron gran cantidad de la siembra y no pudieron asegurar el autoconsumo.

Otro fondo que es sustentado por un gran número de productores en la comuna es el ceremonial. En las zonas de producción vitivinícola se guarda una cantidad de vino para poder solventar la vendimia y en algunos casos la trilla, ceremonias donde se debe atender con abundante vino a los comensales. De no tener vino se tendría que comprar (lo cual sería un gasto monetario importante), o la ceremonia dejaría de tener el carácter de tal y se tendría que contratar mano de obra (otro gasto relevante que se debe evitar).

Por otra parte, identificamos relaciones y redes de reciprocidad e intercambio entre los productores y con personas afuerinas. Por ejemplo en Pellines (Cuatro Vientos - Los Laureles) los vecinos que tienen invernadero (4 unidades productivas) se apoyan otorgándose los brotes necesarios para crear nuevas plantas. En La Orilla también existen redes de reciprocidad con productos del campo. Don José nos advirtió que los “regalos” debían ser muy bien dirigidos, ya que había insensatos que se aprovechaban. En Rayenko don Heradio “regala” su miel a familiares, quienes lo apoyan con movilización para ir a vender sus productos.

Otra manifestación importante de este tipo se ha institucionalizado en torno al trabajo en momentos cruciales del año, como lo son la vendimia, la trilla y otras ocasiones, principalmente de siembra y cosecha. Si bien el invitado a trabajar en estos encuentros recibe dotes a manera de atención con comida, alcohol y diversión, en muchos casos la cantidad de mano de obra entregada no se condice con el precio relativo del consumo en la ceremonia (hacia ambos lados). Este fenómeno, más allá de explicarse por posibles lazos de parentesco y/o amistad que condicionan el trabajar o dar sin interés, se explica en el marco de una red de reciprocidad, donde en un tiempo más los individuos cambiarán de roles: trabajo - dote; dote - trabajo. Mediante este cambio de roles se regula el sistema.

En el caso de las redes de intercambio, éstas también se manifiestan en un gran número de productores de la muestra (aproximadamente en la mitad). La lógica para ellos es intercambiar productos que obtienen en gran cantidad por otros que tienen en menor medida o simplemente no tienen y, de esta forma, asegurar una dieta variada para el autoconsumo y también obtener bienes necesarios para la producción. En la mayoría de los casos en que el intercambio no era practicado, la razón residía en que la unidad productiva contaba con gran variedad de productos, al aislamiento geográfico con los otros productores y/o en tener las unidades productivas cercanas producciones muy homogéneas.

Una vez definidos estos fenómenos, debemos dejar en claro que estos gastos (muchos de los cuales tienen una retribución, pero de igual forma acaparan directamente parte de la producción) no deben ser categorizados como excedentes comercializables en el mercado formal.

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

Falta de asociatividad. La presencia de sociedades productivas o comerciales extensas, a nivel de capital social colectivo, es hoy inexistente en las localidades que visitamos. Sólo existe algo de capital social individual, en sociedades diádicas y alguna más extendida, como lo es la asociación de Callamperas de Empedrado, la cual corresponde al tipo de capital social grupal. Ciertamente, al tratarse mayoritariamente de pequeños productores con bajos excedentes, este factor es muy relevante en la falta de comercialización, ya que cada unidad productiva por su lado no es capaz de competir satisfactoriamente con sus productos en el mercado formal.

Los principales motivos esgrimidos por los productores ante esta falta de asociatividad son: el resguardo de la individualidad/independencia productiva-comercial; las dificultades logísticas/territoriales de la unión; la falta de comunicación; la falta de unión social y las malas experiencias asociativas en el pasado.

Los dos primeros motivos deben analizarse desligando lo productivo de lo comercial. Esta investigación está referida al tema comercial y es aquí donde la posibilidad de asociación, sin dejar de ser compleja, se observa más factible que una de tipo productivo o una mixta. Imaginar sociedades productivas a este nivel requiere una homogeneidad de extensión territorial, de riego disponible, de insumos ocupados, de mano de obra, de cantidad/calidad de la siembra/cosecha y de las fechas de éstas. Los productores conocen mejor que nosotros las dificultades en torno a esta homogeneización y, por lo tanto, no observan factible sociedades productivas extensas. Debemos estar concientes que los factores productivo-homogeneizantes necesarios que mencionamos están ligados al comercio en asociación (es necesario vender productos similares, en un mismo momento y ojala todos aportaran cantidades parecidas). Sin embargo, para este caso, creemos que la factibilidad asociativa sube al pensarla como exclusivamente comercial, sobre todo si pensamos en productos que no tienen una fuerte fluctuación cualitativa, como las callampas (todos los recolectores entregan una calidad de producto muy similar).

De existir fuertes diferencias en la cantidad, calidad y/o fecha de entrega para los productos¹⁹⁴, un buen sistema distribuidor o redistribuidor de los productos, ya sea interno o externo, podría hacerse cargo de las diferencias y otorgar las ganancias correspondientes para cada productor (evaluando cantidad y calidad/precio del producto en el mercado). Esta posibilidad se vería reforzada al estar la

Por otra parte, las malas experiencias de asociatividad son abundantes y vienen a la mente de los productores inmediatamente planteada la posibilidad asociativa. Esta situación se produce principalmente en La Orilla, donde la mayoría de los productores sencillamente ha desechado esta posibilidad de trabajo y/o comercialización en conjunto. Como hipótesis, planteamos que esto se debe, entre otros factores, a experiencias traumáticas de asociatividad en el pasado, lo cual queda en la memoria colectiva como una especie de lección para la comunidad. Muchos de los usuarios de PRODECOP que viven en esta localidad tienen más de 60 años y, por lo tanto, vivieron en carne propia la crisis de la chanchería del 67', momento en el cual varios confiaron todo su trabajo y capital a una gran asociación que los dejó en la ruina. Entremedio, no se nos refirieron grandes aventuras de asociación, pero, luego, ya más cerca del presente, han sido

¹⁹⁴ En lo cual, en cierta medida y sin hacer perder individualidad al productor se puede trabajar a nivel productivo para reducir la fluctuación.

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

testigos de un fracaso en la venta de tomates en conjunto, lo cual reafirmó lo inoperante de los sistemas en conjunto.

El porqué de estos fracasos asociativos no necesariamente tiene que ver con una condición intrínseca de la comunidad, ya sea psicológica y/o sociocultural. Sería necesario analizar de qué manera y bajo qué condiciones se organizaron aquellas asociaciones, sobre qué nivel de solidez de redes sociales fueron formuladas y con qué características de asociatividad. Además, tendríamos que escudriñar qué factores fallaron, si fueron hechos puntuales, generales, externos y/o internos.

Por último, la falta de comunicación y unión social es un problema que se puede trabajar a nivel de cada comunidad y, de ser necesario, a nivel comunal. Al no existir ninguna asociación campesina extensa en este momento, es normal que las unidades productivas tengan una comunicación deficiente. De existir una instancia de unión, que en un principio puede ser sólo tentativa, estas barreras podrían romperse. Para no crear uniones ficticias a la fuerza, este tema podría tratarse, para comenzar, respetando las organizaciones existentes (Juntas de Vecinos, Clubes de Adulto Mayor, etc.)¹⁹⁵ y fomentando la creación de asociaciones específicas de productores donde los propios habitantes lo planteen.

Factores externos

Falta de compradores. Un factor bastante recurrente para los usuarios es el hecho de contar con poca demanda para sus productos. Varios, sobre todo en La Orilla, nos señalaron que en años en que han producido gran cantidad de excedentes no han tenido a quién vendérselos. Este fenómeno se ha dado en mayor medida con los productos tradicionales (cereales, leguminosas, tubérculos). Por contraparte, uno de los usuarios de la muestra que tiene verdulería en Empedrado urbano nos comentó que compraba todos sus productos a mayoristas de Talca debido a que los productores locales no eran capaces de absorber su demanda.

Si bien no contamos con un estudio de mercado que nos permita analizar de mejor forma este fenómeno, podemos decir, a manera de hipótesis, que ha faltado coordinación entre los productores y los compradores. Seguramente hay productos que por las condiciones productivas locales es muy difícil suministrar de manera sistemática, sin embargo, con una mejor coordinación, es posible que algunos productos pudieran ser otorgados por los agricultores locales, sobre todo en ciertas épocas del año. Esta iniciativa podría verse impulsada si los agricultores unieran su producción para el comercio, ya que de esta forma tendrían la posibilidad de cubrir la demanda y podrían competir con los precios seguramente bajos que ofrecen los vendedores talquinos (tomando en cuenta también el factor calidad).

El riesgo implícito del rubro. La agricultura conlleva riesgos que son imposibles de evadir. Se trata de variables climáticas, accidentales y del mercado que pueden provocar una pérdida parcial o total de la cosecha o del valor monetario de ésta. Por esto, el riesgo de invertir en la siembra sin saber cuánto se podrá cosechar o a qué precio se podrá vender lo cosechado, provoca que algunos productores decidan hacer sólo inversiones pequeñas para el autoconsumo y en el mejor de los casos para obtener pequeños excedentes.

¹⁹⁵ Es decir, utilizando el capital social existente en la comuna.

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

Falta de información sobre el mercado. Existen vacíos de información, en especial, sobre los precios del mercado. Esto provoca que los productores más aislados deban fijar sus precios de manera azarosa. De ser muy alto el precio el producto no se vende y de ser muy bajo surge aprovechamiento de intermediarios y consumidores.

Competencia comercial. En los últimos años ha emergido con mucha fuerza la competencia comercial en la comuna de vendedores de frutas y verduras externos que acuden en camionetas a vender. Al ser mayoristas y comprar los productos en zonas de gran cosecha, sus precios son muy competitivos. Además, como tienen gran cantidad de productos, al sobrarles, bajan el precio por debajo del costo (para no perderlos) provocando un descenso vertiginoso de los precios que los comerciantes locales deben absorber.

Calidad del producto no incide en la decisión de compra de la mayoría de los clientes. La competencia externa suele traer productos poco frescos y en malas condiciones. Los productos de los pequeños productores locales suelen ser frescos y naturales y, por lo tanto, debieran tener un valor mayor. Sin embargo, esto no es considerado por la mayoría de los consumidores al momento de elegir qué comprar. De esta forma, los vendedores de buena calidad no tienen otra opción que bajar sus precios, quedando la calidad sin valor. Esto crea impotencia en los productores, que ven su trabajo desvalorado e inhibe en varios la creación de excedentes para fines comerciales.

Propuestas y expectativas de emprendimiento en la zona

Este ítem fue analizado principalmente desde los Talleres ejecutados, donde se realizaron propuestas y se plantearon expectativas en forma grupal (lo cual se analiza en la sección siguiente). Sin embargo, las miradas individuales a futuro, cosechadas desde la Fase 1 de Investigación, han sido también muy valiosas y demuestran que la mayoría de nuestros entrevistados, de una u otra forma, está interesada en comercializar o bien en mejorar su comercialización. Si bien muchos de ellos observan el tema como una utopía -por la multiplicidad de problemas internos y externos que ya presentamos- el hecho de que exista interés es clave y demuestra que no necesariamente es un problema mental o intrínsecamente sociocultural de los productores el hecho de que existan bajos índices de comercio.

Como análisis general sobre el tema y siguiendo nuestra base teórica de determinismo infraestructural, debemos plantear que el mejoramiento en la comercialización es posible si tenemos como referencia una consolidación relativamente masiva de formas de producción innovadoras o no tradicionales (invernaderos, nuevos cultivos, mejoramiento de raza ganadera, etc.). Esto se explica, a grandes rasgos, debido a que las formas de producción determinan las economías domésticas y políticas de los grupos sociales, lo cual incluye las formas de comercialización. Este planteamiento se condice con los relatos de nuestra muestra. Hemos identificado que la mayoría de los productores que manifiestan una actitud emprendedora y/o que han logrado mejoras en su comercialización, son aquellos que han innovado su producción, utilizando nuevas técnicas de trabajo. Por su parte, la gran mayoría de los productores que han perseverado en la producción tradicional, sin imprimir cambios fundamentales en los modos de producción, ha mantenido intacta su condición de productor fijado en el autoconsumo.

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

Observando este fenómeno de manera optimista, diremos que existe un importante potencial para lograr mejoras en el comercio, ya que son bastantes los usuarios que tienen producciones innovadoras incipientes que aún no han proyectado comercializar, pero que llegado el momento tendrán las características infraestructurales para hacerlo.

Por otra parte, al consultar en las entrevistas sobre posibilidades de mejoras en el comercio, un gran número de productores señaló la asociatividad como opción. A la par, muchos señalaron las dificultades de llevar a cabo asociaciones, pero sin embargo existe una fuerte conciencia de que la única manera de ser competitivo en el mercado es uniéndose.

Análisis de los talleres

Análisis de las propuestas de comercialización. Si bien hemos obtenido en los talleres valiosa información sobre las características comerciales de las localidades (la cual presentamos en documentos anexos al informe), esta información ha sido complementaria a la obtenida en la etapa de investigación y, por lo tanto, nos ha servido para el análisis de los datos de aquella etapa. En este apartado hemos priorizado analizar las propuestas para el mejoramiento de la comercialización de los productores formuladas en los talleres, lo cual es clave en miras de una posible intervención a futuro.

Taller Pellines

Los participantes del Taller de Pellines enfocaron sus propuestas de comercialización en tres sectores productivos: la agricultura, la recolección de callampas y la apicultura. A continuación, se verá cada proyecto en específico.

Formar una Asociación Agrícola. La gran mayoría de los asistentes al taller planteó la idea de generar una asociación de pequeños productores agrícolas capaz de mejorar la comercialización de los productos de cada uno de sus socios. En este sentido, el principal problema que evidencia la comercialización de la producción de los invernaderos (tomates, lechugas, entre otros), son las bajas posibilidades de competir (individualmente) con los grandes productores de la región que hacen llegar sus productos a Empedrado. En respuesta a este desequilibrio competitivo de los pequeños productores agrícolas de Pellines, se plantea la idea de formar esta asociación de productores, que se encargue de posicionar mejor los productos en el mercado considerando: que se publiciten las cualidades orgánicas y de frescura de sus productos y la venta de los productos en temporadas donde el precio sea mayor, principalmente. Por otro lado, el espíritu de esta iniciativa no sólo abarca a los asistentes a este taller, sino que abre la posibilidad de integrar a nuevos productores interesados en mejorar la comercialización de su producción, sin importar si son usuarios de PRODECOP. Eso sí, la asociación fue pensada para integrar a productores en un ámbito local, es decir, pertenecientes a localidades de la comuna cercanas a Pellines.

A un nivel más general, se puede apreciar en esta iniciativa la idea de consolidar su capital social individual y sus redes de reciprocidad e intercambio con miras a la conformación de un capital social colectivo capaz de administrar esta asociación campesina. Así, las unidades productivas familiares plantean aumentar el excedente de producción y mejorar las condiciones de comercialización del mismo, mediante esta asociación productiva. Ahora bien, el punto fundamental sobre el cual debe enfocarse un plan de apoyo a esta iniciativa, dice relación con la

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

orientación y asesoría profesional en la conformación de la asociación productiva. De esta manera se entiende que la interfaz (productores - programa) se debe centrar en lograr consolidar una estructura asociativa -con un liderazgo horizontal y participativo de sus miembros-, lo cual es un punto que resulta clave para la sustentabilidad de un proyecto comunitario de comercialización agrícola de este tipo.

Finalmente, se concluye que existe el interés y la necesidad de este grupo de pequeños productores de contar con el apoyo del programa PRODECOP para implementar un proyecto de comercialización que ponga en valor las producciones locales y que dé un apoyo constante a los distintos rubros productivos, tales como el apícola y el forestal.

Obtención de credencial como pequeños productores. Otra de las iniciativas que acaparó un alto interés entre los pequeños productores de Pellines, fue la propuesta de que les fuera concedida una credencial que los identificara como pequeños productores agrícolas de PRODECOP. La idea que hay detrás de esta propuesta es lograr que mediante esta credencial puedan quedar exentos de pagar impuestos a la venta de sus productos, considerando que la magnitud de las transacciones comerciales que efectúan es mínima. Desde una perspectiva general, se puede evidenciar cómo el sistema económico imperante demanda el pago de impuestos a las utilidades de un sector que obtiene utilidades muy bajas, considerando los altos gastos de producción agrícola presente en la zona (alto precio de los abonos, transporte, etc.). En este sentido, nos parece plausible potenciar proyectos que permitan disminuir los impuestos y limitaciones arancelarias (si fuera el caso de exportación) que afectan a los pequeños productores.

Que se realicen capacitaciones permanentes. A un nivel más general, los asistentes al taller de Pellines manifestaron que una de las propuestas transversales para mejorar la comercialización es a la vez mejorar la calidad y la persistencia de las capacitaciones en comercio. Se vislumbró un descontento general con una capacitación al respecto que quedó inconclusa.

Taller de Puico

Los participantes del Taller de Puico enfocaron sus propuestas de comercialización en dos sectores productivos: la producción vitivinícola y la recolección de callampas. A continuación, se verá cada proyecto en específico.

Bodega de vino. Los asistentes a la jornada de conversación de Puico reconocieron como una prioridad -para al menos cuatro productores de uva- el proyecto de crear una iniciativa de producción vitivinícola. La situación actual de la producción de uva y vino de la localidad demuestra el poco potencial comercializador que tiene actualmente la venta de la uva a los grandes productores (la bodega vitivinícola Saavedra), los cuales suelen pagar precios muy bajos por la producción de uva a los distintos productores. A su vez, respecto al caso de la producción de vino artesanal, ésta sólo abarca el consumo personal, además de utilizarse como fondo ceremonial. Su comercialización es restringida al sector.

Los productores de uva de Puico han podido observar en el caso de otras experiencias de producción vitivinícola, como es el caso de Nirivilo, un ejemplo a seguir. Es por esto que plantearon la idea de reproducir este tipo de experiencia en Puico, comenzando en un principio con un proyecto asociativo de baja escala. La reflexión de los asistentes interesados fue que ante

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

la negativa de la masa de productores a unirse por no confiar en las asociaciones, ellos formarían una asociación pequeña que diera el ejemplo y, de rendir buenos frutos, abrirían las puertas a otros interesados en asociarse. De esta manera, estamos frente a una potencial asociación del tipo de capital social grupal pero que, sin embargo, se perfila indirectamente como una de tipo de capital social colectivo en el futuro, ya que sus componentes no pretenden crear un grupo cerrado en sí mismo, sino conjugan una idea de posible trabajo en comunidad para la bodega.

Dentro de las necesidades de capacitación para llevar a cabo este proyecto se destaca la capacitación en la producción del vino (lo cual se está realizando en la actualidad), en el manejo de la contabilidad y la ejecución de un plan de comercialización directa a la venta del vino. También es remarcable la idea de los posibles socios de instalar la bodega como punto de interés turístico, para lo cual expresaron su interés por potenciar las tradiciones e historia del lugar.

Mejorar la comercialización de las callampas. Dentro de las recolectoras de callampas de Puico existe el interés de potenciar un proyecto que mejore la comercialización de callampas. Se reconoce que tienen limitaciones para mejorar el precio pagado por las callampas producto de su posición alejada de los mercados de compra del producto, lo cual es aprovechado por un comprador de Chillán que fija los precios unilateralmente.

Las callamperas proponen una unión flexible y específica para la venta de callampas, acopiándolas en conjunto previamente y buscando nuevos compradores. Este tipo de unión, de cumplir satisfactoriamente su objetivo específico, puede ser una experiencia gratificante que cree la cooperación y confianza necesaria en miras de uniones comerciales más extensas, sólidas y duraderas.

Taller de Linda Vista

Los participantes del Taller de Linda Vista enfocaron sus propuestas de comercialización en tres sectores productivos: la ganadería, la agricultura y la recolección de callampas. A continuación, se verá cada proyecto en específico.

Mejorar la calidad del ganado. Este proyecto es el más importante para los productores, ya que la ganadería es la producción principal en Linda Vista. La idea es seguir mejorando la raza del vacuno y sobre todo cuidar con mayor rigurosidad la salud del ganado, en miras de lograr una certificación de salud, lo cual subiría el precio de los animales. Necesitan la presencia de un veterinario que acuda regularmente.

En este caso todos los ganaderos convinieron que era necesario mantener la individualidad de la crianza y la venta, ya que existían demasiadas diferencias en el tipo de animales de cada productor. Tomando en cuenta que los comuneros son bastante unidos en torno a la Junta de Vecinos y que muchos son familiares, creemos que la individualidad propuesta debe estar concertada en forma bastante segura sólo tomando en cuenta los aspectos técnicos de la producción. Hay que tomar en cuenta también que, más allá de esta individualidad comercial, los ganaderos están dispuestos a trabajar en conjunto para lograr los beneficios mencionados en pos de las mejoras comerciales.

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

Asociación Comunal de Pequeños Productores Agrícolas. Este planteamiento es la asociación más extensa que se propuso en todos los talleres. La idea es congregarse como una red comunal. Sin embargo, la falencia que presenta el proyecto a este nivel de discusión, es que entre sólo 10 productores se estaba opinando por varios cientos. Además, hemos notado en otras comunidades una propensión a preferir uniones más locales. Para lograr un proyecto como éste se necesitaría un trabajo de organización muy intenso y de largo aliento, reuniendo a gran cantidad de productores para discutir el tema. De todas formas, es interesante la propuesta como tal, ya que señala un fuerte ímpetu por lograr asociaciones amplias por parte de la gente de Linda Vista.

Sala de secado de callampas. Esta proposición es individual, ya que se trata de conseguir una secadora por grupo familiar. En este caso debiera analizarse más a fondo el porqué de esta decisión individual, la cual puede deberse a razones meramente prácticas o bien a desconfianzas o temores con distintos niveles de fundamento. De partida, eso sí, debemos considerar que los asistentes conocían las secadoras individuales y sabían que se les podía sacar buen rendimiento.

Taller de La Orilla

Los participantes del Taller de La Orilla enfocaron sus propuestas de comercialización en dos sectores productivos: la agricultura y la recolección de callampas. A continuación, se verá cada proyecto en específico.

Sala de acumulación de callampas. Las mujeres de Lagunillas aprovecharon la ocasión para plantear esta posibilidad, que conduciría a crear una unión en torno a una sala en que se acumulen todas las callampas de las recolectoras. Luego, la idea es que un camión externo vaya a recoger cada cierto tiempo una gran cantidad del producto, lográndose un mejor precio por kilo.

Esta iniciativa, netamente comercial, estaría fundada sobre la base de relaciones de vecindad y amistad, por lo cual, según ellas mismas, es muy factible que se realice exitosamente y de manera perdurable. La unión podría asumirse como un brote de capital social individual o grupal en torno al comercio, sin embargo, es un poco arriesgado confirmarlo, debido a que las posibles socias remarcaron que la idea es conservar completamente la individualidad y solamente compartir un espacio en la bodega, en el camión y coordinar cuestiones técnicas de la acumulación y la venta. Por esto, tendríamos que conversar con mayor detalle con ellas y observar en la práctica qué tipo de redes sociales guardan entre sí y cómo se llevaría realmente a la práctica este proyecto. De todas formas, uniones pragmáticas de este tipo, de ser exitosas, pueden servir de referencia para futuras asociaciones

Vender los productos en Empedrado ante un aumento en la producción agrícola. Ante la situación actual de la producción, los agricultores consideran imposible vender sus productos en Empedrado. Sin embargo, en la zona existen expectativas ante la mejora que el tranque de regadío puede generar en un futuro cercano para sus cosechas.

Aunque algunos se muestran escépticos ante la mejora, se planteó que de recibir los excedentes necesarios que permitan competir de buena forma con la competencia externa, la mayoría de los productores se trasladaría a Empedrado a vender, intentado proveer por completo al pueblo.

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

Esta iniciativa se daría en un contexto comercial netamente individual. Para ellos la asociatividad no es una opción, principalmente por la mala experiencia asociativa que tuvieron hace pocos años al intentar vender en conjunto en la feria de Empedrado. En aquella ocasión, finalmente nadie acudió a vender ya que hubo descoordinación en la fijación de precios y en el proceso mismo de la venta.

Taller de Empedrado

Los participantes del Taller de Empedrado enfocaron sus propuestas de comercialización en dos sectores productivos: la apicultura y la recolección de callampas. A continuación, se verá cada proyecto en específico.

Comercializar vinagre. Es una propuesta que apunta a un producto relativamente novedoso para comercializar, que según la experiencia de quienes lo han manejado da buenos frutos. La idea nació desde la imposibilidad planteada de vender vino libremente por tener grado alcohólico, y busca dar un valor agregado al producto al ser etiquetado, bien envasado y orgánico.

La propuesta busca ser individual en su ejecución, sin embargo, se dejaron las puertas abiertas para que, en un futuro y de demostrar ser rentable el rubro, se pudieran crear asociaciones.

Tener un permiso para comercializar los productos agrícolas con la calidad de Pequeño Productor. Esta iniciativa es muy similar a la que se propuso en el taller de Pellines buscando un reconocimiento por parte de las autoridades de su condición de pequeños productores y que por lo tanto se les dé regalías tributarias y beneficios para la producción. Si bien los participantes ya son usuarios de PRODECOP, es valioso que piensen a futuro, ya que en el corto plazo este Programa puede terminar y los productores no quieren quedar a la deriva. Además, nos damos cuenta de que esta propuesta es transversal a varias comunidades y podría perfilarse en el futuro como un motivo importante de trabajo para virtuales asociaciones de productores.

Mejorar la adquisición de forraje para el consumo del ganado (al amparo del permiso de Pequeño Productor y de una Asociación de Agricultores). Sin desmerecer la importancia específica del hecho de contar con más y mejor forraje para los animales, lo más importante de esta propuesta fue que hizo reflexionar a los participantes en las mejores vías para obtener el beneficio. Su conclusión fue que sería necesario contar con una organización que los representara ante las autoridades, ya que así tendrían más peso político.

La propuesta sirvió de esta forma para un planteamiento de peso, ya que se pensó en que por medio de esta asociación se podrían gestionar otras mejoras para el rubro. Sin embargo, en primera instancia, no se pensó en una unión de tipo específicamente comercial, aunque sí tal vez productiva, lo cual podría verse reflejado en lo primero.

Conclusiones

Hacia un entendimiento sustantivo de la economía campesina

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

Las economías campesinas tienen características particulares, donde no es posible hacer generalizaciones totales. Es necesario estudiar los fenómenos que ellas representan por separado y en el contexto socioeconómico y cultural específico de cada región. Sin embargo, hay ciertas facetas que ellas tienen en común y que, sin ser idénticas, marcan una fuerte tendencia en su desarrollo como grupos humanos, siendo necesario tomarlas en cuenta al momento de trabajar con este tipo de productores. Una de estas características es la función económica principal de su núcleo productivo, el cual no tiene una lógica empresarial de base, es decir, no opera como una empresa en el sentido económico; imprime desarrollo a una casa, no a un negocio. Esto no quiere decir que sea imposible que una unidad o varias unidades campesinas asociadas puedan adquirir una lógica empresarial y concretizarla en proyectos exitosos. Incluso en nuestra muestra existen ejemplos de emprendimiento empresarial muy significativos, los cuales, sin embargo, son casos especiales donde han intervenido factores externos a la unidad (educación, relaciones con la urbe y/o con otros mercados, apoyo económico externo, etc.). Por lo demás, estas unidades productivas no han perdido del todo su naturaleza, ya que sigue siendo una prioridad para ellos asegurar el autoconsumo y mantener las redes económicas específicas (reciprocidad, intercambio, etc.) que tuvieron en un pasado. Por esto, creemos que es necesario entender la economía campesina desde una mirada sustantiva, para entender primero su institucionalidad económica particular y luego proyectar posibles programas de desarrollo comercial, tomando en cuenta los datos empíricos de su desenvolvimiento como seres económicos.

Para redondear los razonamientos anteriores, debemos remarcar también que, siguiendo la lógica del determinismo infraestructural, proponer cambios en la base infraestructural y/o estructural de los grupos humanos es un tema muy sensible, ya que se pueden provocar cambios de raíz en el modo de vida y en la cultura (superestructura) que desde hace siglos han forjado. Por dar un ejemplo, la industrialización de ciertos rubros provoca que sea inviable una base de trabajo netamente familiar y termina absorbiendo a algunos campesinos como trabajadores asalariados de núcleos productivos fortalecidos (perdiendo éstos su independencia económica y sus prácticas socioculturales ligadas al trabajo en el campo). Es por esta sensible temática también que proponemos estudiar a fondo y con la participación de los propios involucrados (los pequeños productores) cada plan relacionado con el desarrollo productivo y/o comercial en el campo. De esta manera, evitaremos proyectos poco exitosos y/o incompatibles con los rasgos socioculturales de estas comunidades.

Hacia una asociatividad comercial fundada en el capital social

En este caso creemos que es crucial para poder lograr estándares competitivos de comercialización por parte de los pequeños productores, el hecho de que éstos trabajen en conjunto. La idea de un “emprendimiento colectivo”, además de hacer más sustentable el ingreso al mercado, tiene la ventaja de crear un crecimiento económico en conjunto, acaparando más unidades productivas y, por lo tanto, haciendo masivo el beneficio económico.

Creemos que la manera más factible de lograr un tipo de asociatividad comercial en un caso como éste, es fomentar la creación de capital social colectivo. Mediante esta investigación hemos detectado varias redes sociales que tienen el potencial para en un futuro cercano poder consolidarse como asociaciones sólidas. Es el caso de las redes de reciprocidad, presentes en todas las localidades, en distintos niveles. Estas redes, que abarcan tanto productos como trabajo, son el primer paso para crear un capital social estable. Luego, lo que debemos fomentar en los

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

productores pertenecientes a estas redes es la confianza y la cooperación. En cuanto a lo segundo, los productores han demostrado tener iniciativas importantes de cooperación comercial, que si bien en su mayoría no se han concretizado por múltiples factores, son tierra fértil para concretizarlas en un futuro. Por su parte, en el tema de la confianza, hemos notado problemas entre los productores, lo cual puede estar detonado por malas experiencias anteriores, falta de comunicación y/o rencillas personales que no debieran desmoronar una red sólida. Es muy probable que aumentando las formas e instancias de comunicación, definiendo en detalle cuáles son los contenidos y extremos de las redes, podamos trabajar con pocos obstáculos en el tema de la asociatividad.

Por otra parte, ya se han concretizado algunas asociaciones diádicas que tienen características de capital social individual y existe una experiencia de asociación del tipo de capital social grupal, lo cual, de acuerdo a la experiencia en ciencias sociales, es un paso importante en miras de crear o fortalecer capital social comunitario. Existen también serias propuestas de los productores (en los talleres) por crear redes extensas de cooperación y confianza, lo cual abre un gran abanico de posibilidades para el desarrollo de la comercialización en la zona.

Por último, debemos dejar en claro que nuestra tarea no se trata de lograr asociaciones forzadas y/o en el rubro que sea. Por medio de nuestra investigación y la ejecución de talleres, reconocimos ciertos rubros y/o lugares donde los productores tenían importantes razones prácticas (infraestructurales y estructurales) para mantener la individualidad comercial, pero que sin embargo estaban muy entusiasmados en lograr un crecimiento económico individual. En aquellos casos se debe evaluar la pertinencia y las características de los motivos de los productores y generar planes de trabajo individual, que de todas formas tendrán algunas características comunitarias en su implementación (capacitaciones, asesorías, reuniones de trabajo, talleres, etc.)

Consolidación de una interfaz complementada con relaciones horizontales

La interfaz desplegada por PRODECOP en sus años de intervención en la comuna ha sido bien evaluada por los usuarios del programa. Sin embargo, notamos que han faltado instancias más horizontales, donde los productores tengan la oportunidad de expresar abiertamente y de manera comunitaria sus opiniones, inquietudes y propuestas.

La consolidación de este complemento para la relación vertical necesaria que debe darse en reuniones de pauta, capacitaciones y otros, puede ser beneficiosa internamente tanto para los usuarios como para PRODECOP. La institución interventora podrá mejorar su gestión, ya que contará con mayor información cualitativa sobre los productores con quienes trabaja, pudiendo realizar mejoras en algunas de sus actividades y/o implementaciones técnicas. Por lógica, esta mejora en PRODECOP ya debiera significar un beneficio para los productores. Sin embargo, creemos que la ventaja para ellos puede ir más allá de eso.

La creación de este complemento en la interfaz tiene como objetivo anexo el apoyar la consolidación de las redes sociales de los usuarios, mejorando su propia comunicación, su intensidad y capacidad de reunión. Aprovechando la buena evaluación y la confianza que los productores tienen hacia PRODECOP, es éste un espacio de gran potencial, que puede servir

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

como una base sólida para apoyar a los productores en la consolidación de sus redes como capital social.

De esta manera, estamos planteando la posibilidad de acercarnos a un trabajo sinérgico con los productores, que bien puede ser parcial, donde ambos grupos tengan ciertas instancias para trabajar de manera horizontal, retroalimentándose y, a la vez, seguir ejerciendo una relación de corte más vertical en el proceder más técnico del Programa.

Puesta en valor del patrimonio productivo-cultural

En conjunto con el trabajo a nivel de capital social y en específico con cada proyecto de emprendimiento planteado por los productores (trabajo técnico y profesional), creemos que sería muy pertinente trabajar en un rescate de tradiciones y costumbres en torno a la producción, con el objetivo de realzar el valor de estas manifestaciones culturales, tanto a nivel local como a nivel país. De esta manera, estaríamos reforzando el intenso trabajo que se ejecutará a nivel infraestructural y estructural con uno de tipo superestructural.

Esta idea de está dirigida en especial para los niños y la juventud, quienes son el futuro y del rubro y quienes en los últimos años en gran cantidad, según nuestros informantes y por lo observado en terreno, han desertado de sus localidades, muchos desinteresados por la vida en el campo.

El patrimonio inmaterial, mental de las comunidades campesinas viene a consolidar la vida productiva en el campo, viene a justificar y a embellecer la estancia de estos hombres y mujeres en sus sacrificadas labores. Además, fortalecer estas vetas culturales sirve como una base de trabajo e información pensando en posibles proyectos turísticos o de fomento cultural más intensivos.

Referencias citadas

BERGER L. y T. LUCKMANN, 1999. *La construcción social de la realidad*. Editorial Amorrortu, Buenos Aires.

DURSTON, J. 2002. *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural*. CEPAL, Santiago.

GODELIER, M. (Comp.), 1974, *Antropología Económica*. Editorial Anagrama, Barcelona.

POLANYI, K., 1974. El sistema económico como proceso institucionalizado. En *Antropología económica*, M. Godelier (Comp.), pp. 155-178. Editorial Anagrama, Barcelona.

MIRANDA, F. y E. MONZO, 2003. *Capital Social, estrategias individuales y colectivas: el impacto de programas públicos en tres comunidades campesinas de Chile*. Naciones Unidas: CEPAL: ECLAC. Santiago.

WOLF, E., 1971. *Los campesinos*. Editorial Labor, Barcelona.

TOMO I – VII CONGRESO CHILENO DE ANTROPOLOGÍA
ANTROPOLOGÍA EN EL BICENTENARIO. RETROSPECTIVAS, INTERESES DEL
PRESENTE, APERTURAS

NURIT, B-D., 1999. *Las economías: una perspectiva económico cultural*. UNESCO.
<http://www.unesco.org/issj/rics154/birdspa.html>. Consulta 15 Noviembre 2009.