

Transformaciones y crisis de la producción cafetalera campesina en México. El caso de la Unión de comunidades Indígenas de la Región del Istmo.

Avance de investigación en curso

Mtra. Silvia Nuria Jurado Celis

Resumen.

El café es un cultivo de contrastes, a nivel mundial en un extremo los “cinco grandes” comercializadores del café (Nestlé, Philip Morris, Sara Lee, Procter and Gamble y Tchibo) “controlan más de dos terceras partes del mercado” (Oxfam Internacional, 2002:162), en el otro punto “las zonas de producción de café coinciden exactamente con el mapa de la extrema pobreza” (Jaffe, 2007:40).

México exporta casi el 70% de la producción y el 90.3% se concentra en estados sureños como Oaxaca, uno de los lugares con mayor diversidad étnica clasificados como de muy alta marginación.

Este contexto implica constantes crisis a las que organizaciones campesinas como la UCIRI han hecho frente y de la cual pretendo rescatar la experiencia.

Palabras clave: Café. Campesinado. Mercado.

1. Campesinos locales y globales. (la relación con el mercado internacional)

Si bien es cierto que el pequeño caficultor como actor social localiza su base en la colectividad que significa la familia o la comunidad, lo cuál influye de manera importante en su devenir como actor político, también es útil distinguir otra dimensión en la que se desenvuelve y que marca una diferencia importante del pequeño productor cafetalero con respecto a otros. Nos referimos al hecho de que el café se comercializa en grandes volúmenes en el mercado de exportación.

Tan solo en el ciclo 2012 se ha exportó aproximadamente el 70% de la producción nacional (de acuerdo a datos de la Organización Internacional del Café, ICO por sus siglas en inglés)¹, lo anterior coloca a los productores de café en México en un lugar especial, el aromático cotiza en bolsa de valores y los precios son sumamente inestables ya que se suponen al libre vaivén del mercado global.

Lo anterior basado también en el hecho de que la distancia que separa a los países productores de los países consumidores es grande en términos de que la mayor parte de las veces el café debe atravesar el océano para llegar desde América a Europa, es decir, de los lugares de producción a los lugares de consumo. Esta condición lo vuelve un producto ideal para su manejo en el mercado global entendiendo dicho mercado en los términos de Karl Polanyi, es decir como “lugares de encuentro del comercio de larga distancia” (Polanyi, 2009 [1940]: 91), lugares en donde los pequeños productores campesinos poco o nada intervienen puesto que son “los grupos dominantes [los que] determinan el nivel de los precios a los consumidores” (Renard, 1999:159).

Entre otras razones, por sus características propias de procesamiento el café se constituye como un producto asequible al acaparamiento y la especulación, los lugares de producción comúnmente se hacen responsables de una parte del proceso y son los importadores quienes lo terminan para que llegue al consumidor final.

¹ Cálculo propio elaborado con datos de la Organización Internacional del Café (ICO por sus siglas en inglés) obtenidos de la página web: www.ico.org

Es decir, mientras en los países productores se lleva a cabo el cultivo de la materia prima hasta ser transformado en lo que se conoce como café oro, que quiere decir listo para el proceso previo a ser consumido ya que solo resta tostar y moler el grano, los últimos pasos se hallan generalmente en los lugares de consumo final; ya en los sitios de producción a través de la cadena han intervenido toda una serie de diversos actores de los que la base es la familia campesina, pasando por intermediarios que poseen la maquinaria para llevar a cabo el llamado “beneficio seco”², el proceso se concluye en los lugares de consumo en donde intervienen en ocasiones hasta más de siete actores de acuerdo a datos de GEPA Alemania³.

Estas condiciones además de su alta valoración en el mercado internacional que implica un gran consumo en los países no productores han hecho del aromático un producto sumamente propicio para la especulación y por ende la inestabilidad de precios que afecta principalmente a los pequeños productores campesinos y menos a los consumidores finales como explica Marie-Christine Renard (1999):

Cuando en 1994, se dispararon los precios en el mercado, pasando de 70 centavos de dólar en 1993 a 210 centavos en agosto de 1994 (200% de aumento) y volviendo a descender a 170 centavos en diciembre (140% de aumento con respecto a 1993), los precios a los consumidores en Europa solo se incrementaron en un 35% durante el mismo periodo. Es cada vez mayor la ruptura entre la parte superior y la parte inferior de la cadena del café.. (p.160)

Un ejemplo más de la diferencia de precios lo ilustra Frans Van der Hoff: “Un paquete de café corriente, marca Roodmerk, vale aproximadamente un euro con 60 centavos. De dicho precio, menos de 10 centavos de euro (5%) va al productor.” (Van der Hoff, 2002:99).

De tal suerte que la desigualdad es una constante para la producción y comercialización del café, situación en la que se encuentran con una mayor desventaja los pequeños productores campesinos. Sin embargo esta desventaja obedece a una serie de factores de orden principalmente económico y político que tiene que ver con la estructura del mercado global en el que se encuentra inmerso este cultivo.

Y es que de origen el mercado como espacio del comercio a larga distancia se encuentra desligado o en una esfera diferente de la sociedad, Polanyi lo explica relacionado con el cambio que implicó el concebir al mercado como “un lugar de reunión para efectuar trueques o compras y ventas” (Polanyi, 2009 [1940]: 89) al hecho de llevarlo al nivel del intercambio de mercancías a un nivel mucho mayor en donde lo que se oferta son productos que no se encuentran en los lugares de consumo y que son llevados desde miles de kilómetros de distancia, “el comercio exterior es transporte; el motivo es la falta de algunos tipos de artículos en esa región..” (Polanyi, 2009 [1940]:93). A este tipo de mercado obedece la comercialización del café.

Entonces los precios son fijados principalmente por los intermediarios como explica Renard (1999)

Los agentes locales de las grandes casas de negocio [quienes] no compran, en el sentido estricto de la palabra, el café de los productores, sino que ofrecen a estas la colocación de su producto a precio de bolsa, fijando inmediatamente una posición en el mercado de futuros y trasladando así la decisión de fijar el precio al mismo productor. Cobran una

² Proceso a través del que se retira la cascarilla del grano seco

³ GEPA es una de las principales marcas comerciales europeas que comercializa café de comercio justo, información obtenida en el sitio web: www.gepa.de

comisión por el servicio prestado y por el beneficiado del café. Evitan así todo riesgo proveniente de una brusca caída de las cotizaciones (p. 150)

Así, el café se encuentra inmerso en una red de este comercio a larga distancia haciendo evidente una división internacional del trabajo en la que los países productores son exportadores de materias primas que serán procesadas y consumidas en países del llamado “primer mundo”, agregando con esto otra característica a los caficultores que es su “dependencia de los intermediarios que les compran el café a bajo precio” (Renard, 1999:183).

Hecho que pone en evidencia la inclinación a que algunos países se especialicen en ciertos productos que serán colocados en el mercado global por actores como las grandes compañías transnacionales, autores como Julie Thekkudan lo ilustran como: “Greater economic participation has been most evident through the local production of goods for global companies..” (Thekkudan en Gaventa et al, 2010:80), y es que transnacionales como la Nestlé “explotan las materias primas a menor costo y las vuelven a vender directamente con márgenes de ganancia sobre las espaldas de los productores” (Van der Hoff, 2011:52)

Este esquema de comercialización del café implica entonces que el mercado del mismo, aparentemente no regulado, se encuentra desvinculado de la esfera social en la que el aromático se produce con las consecuencias ya mencionadas para los precios al pequeño productor campesino.

De ahí que se pueda afirmar que uno de los rasgos que caracteriza al pequeño caficultor del sur y sureste de México es el hecho de considerar el ámbito social y el sentido comunitario para llevar a cabo su dinámica, vida cotidiana y toma de decisiones, este modelo de mercado excluye por completo dicha esfera ya que los campesinos son visualizados únicamente como productores de materias primas que deben ser abarataadas en aras de que se logren amortiguar los costos de transporte.

De tal suerte que se encuentran en una tensión y crisis constantes, de inicio los pequeños productores invierten trabajo, recursos humanos, tiempo y espacios comunitarios y de la familia campesina con miras a un futuro que se avista completamente incierto ante la inestabilidad de precios, en contraste con los intermediarios que poco o nada arriesgan.

Por otra parte, los pequeños caficultores al mantener aun una visión colectiva del trabajo, regida por el principio de reciprocidad y diversidad están en contradicción con un mercado que les exige el monocultivo y la especialización en la producción de materias primas con calidad homogénea, lo que implicaría que solamente se dedicaran al cultivo del aromático en un esquema mas cercano a los jornaleros y que llevaría a la desaparición de la esfera comunitaria de la vida campesina. “Los campesinos y los desclasificados del mundo entero poseen una cultura diferente, que sale de los estereotipos occidentales y de los valores que encarnan las ciudades y la sociedad de consumo” (Van der Hoff, 2011: 53)

Esto probablemente pueda dar luz para entender el porqué el cultivo del café se ha mantenido en el estado de Oaxaca ya por mas de dos siglos, el hecho de que no constituya la única fuente de ingresos y que sea una parte del conjunto diverso de actividades de la familia campesina podría explicarlo en parte, “el hecho de que los cafetales se preserven significa que son una opción comparativamente aceptable, no que su saldo sea satisfactorio” (Cobo et al, 2009:115).

Es decir, el pequeño caficultor ha podido sobrevivir a un contexto de total desigualdad gracias a que mantiene una huerta diversificada que le permite alimentarse en conjunto con su familia, posee un sistema de milpa que provee de comida de manera regular, realiza algunos trabajos como asalariado o tiene alguna otra actividad como la comercialización a escala local, así se produce en lo local para venderlo en el mercado global.

La relación del pequeño caficultor con el mercado global se construye a partir de una serie de redes de actores que se localizan en el camino desde la producción hasta el consumo final, redes que se

constituyen en una serie de intermediarios quienes van tomando cada uno su tajada y en las que las relaciones de poder se hacen presentes.

A nivel local son necesarios los pequeños intermediarios que abastecerán las bodegas locales de las grandes cadenas transnacionales, en muchas ocasiones el beneficiado seco es llevado a cabo en instalaciones que son propiedad de compañías como AMSA o Nestlé las cuales se hacen cargo también del traslado de la materia prima para colocarla en los diferentes puertos para su respectiva exportación, es decir, estas compañías se hacen cargo del movimiento comercial del aromático dejando al caficultor en una posición marginada con respecto a la toma de decisiones de lo que produce.

Este mercado ha sido una institución que ha distinguido a la era moderna, entendiendo por ello lo que ilustró Jean Robert al mencionar el hecho de que “la modernidad esta caracterizada por el hecho de que la economía es la que rige la vida” (Jean Robert, conferencia enunciada el 21 de enero de 2013 en la UAM Xochimilco) y el mercado en el que se desenvuelve el cultivo del café responde precisamente a este principio en el que “la característica dominante... es el origen del comercio en una esfera externa, sin relación con la organización interna de la economía” (Polanyi, 2009 [1940]:92) lo que ha resultado en detrimento de las “producer-driven chains, where producers dominate due to their control over capital and proprietary knowledge” y fortalece las “buyer-driven chains, where distributors dominate through their control over design, brands, and market acces” (Raynolds et al, 2007:35).

Con lo anterior me interesa dejar claro que entiendo el mercado internacional como ese espacio del comercio a larga distancia y que esto implica una tendencia en la cual dicho mercado niega o deja de ver en la misma proporción la cadena completa de la comercialización, de tal suerte que actores como los productores no están considerados en tanto sujetos o familias sino como proveedores de materia primas en el sentido utilitario del término, por lo que es indispensable abaratarlos lo más posible en beneficio de los intermediarios, y lo que más importa es su valor en función de la relación costo – beneficio, que se refleja en el abaratamiento del precio que se les paga por la producción de la materia prima, es decir, en ese sentido existe una relación que puede ser calificada de injusta en el entendido que el precio que se ofrece al pequeño productor no le proporciona certeza para su reproducción social.

Así, el mercado como una esfera distinta de la economía interna de los países se traduce en dejar de ver o darle poca importancia a los procesos de producción desde la parcela, el mercado opera solo en la lógica de precios no en la de visualizar familias que constituyen sujetos capaces de impulsar cambios sociales. Esto implica ver a la sociedad como esferas separadas en las que lo político, social, económico, moral etc., va cada uno en su propio camino sin la mínimo relación con el resto de los aspectos; esto se manifiesta por ejemplo, en el hecho de que la familia productora de café no se entera ni está consciente acerca del camino que recorre el cultivo para poder ser consumido, su intervención concluye en el momento que entregan su producto al intermediario, el resto del proceso no tiene nada que ver con ellos aunque es innegable que influye y determina en buena medida los ingresos de dicho núcleo familiar, además de la retención del excedente que se lleva a cabo en cada una de las etapas del proceso, de tal manera que visualizar al mercado como una esfera distinta sin implicaciones en los aspectos sociales, políticos o económicos de un pueblo no contribuye a mejorar las condiciones de vida.

2. La apariencia de un mercado no regulado

Aparentemente el mercado global se desenvuelve fuera de la economía de las sociedades, dando la visión de ser un espacio libre de intereses políticos y sin intervención del Estado.

A nivel internacional aun a finales del siglo XIX y principios del XX explica Renard (1999)

Los primeros agentes que se dedicaron a transportar el café desde su fuente hasta los consumidores, fueron las comercializadoras o los grandes comerciantes occidentales. Estas sociedades comercializadoras constituían, en aquel entonces, los únicos actores económicos internacionales.. (p. 83)

Sin embargo, a pesar de situarse en el mercado internacional la regulación estatal se hacía presente. En el caso mexicano la presencia del Estado se registra desde el siglo XIX, específicamente en el estado de Oaxaca existen datos que refieren la implementación de mecanismos de impulso a la producción cafetalera desde 1875, promoviendo la plantación del aromático a cambio de recurso económico.

“De 1880 a 1883 (el gobierno de Oaxaca) distribuyó entre los agricultores de la vertiente oriental del estado 3 millones de plantas de café, además de ofrecer una prima a todo aquel que mantuviera en producción un millar de cafetos.” (Cossío, 1974:100)

Pero más allá de lo que corresponde a la esfera de la producción del aromático en el aspecto comercial las ganancias ya eran manejadas por diversas compañías privadas, ante lo cual el gobierno mexicano reacciona:

En pleno auge de la cafecultura, -explica Bartra (2011)- el gobierno porfirista intenta canalizar hacia la acumulación interna una parte de los abultadísimos ingresos cafetaleros manejados por transnacionales y, en 1893 – 94 impone un gravamen a la exportación de café que, hasta el ejercicio de 1897 – 98, produce al erario público un ingreso de \$700 000 anuales (p. 171)

Es decir, a pesar de que ya era manejado por transnacionales el Estado interviene en la regulación de precios a nivel local y nacional.

De tal suerte que a pesar de ser desde entonces el café un producto altamente valorado fuera de la frontera mexicana y sujeto a las fluctuaciones del mercado, internamente el gobierno intervenía como un actor más en la regulación de precios.

Ya “en los años treinta y cuarenta del siglo pasado, los impuestos locales, estatales y federales llegaron a representar más de 25% de los costos de exportación.” (Bartra et al, 2011:173)

Lo anterior es una muestra de lo que sucedía al mismo tiempo en el ámbito internacional, Marie-Christine Renard documenta la creación de diversos organismos pertenecientes a los Estados productores que surgen a partir de 1940 para la intervención y regulación de los precios internacionales del café, Colombia y Brasil fueron de los primeros países en incorporarse a estas acciones y el caso de México no es la excepción.

El Instituto Mexicano del Café (Inmecafe) era el encargado de acopiar, procesar, comercializar el grano e incluso organizar y distribuir a los núcleos de pequeños productores. Se crea en 1948 y cumple, en su momento varias funciones; por una parte sirvió para “eliminar parcialmente las redes de comercialización que acaparadores e intermediarios habían construido en la mayoría de las regiones productoras” (Acuña, 2000:55) y esto lo logró gracias a que se armó de una estructura sumamente importante que incluía beneficios húmedos colectivos, beneficios secos, bodegas de acopio y almacenamiento, asistencia técnica especializada, y, un punto sumamente relevante el otorgamiento de créditos y la organización campesina.

El Inmecafé sostuvo un sistema de pagos por anticipado a los campesinos a cuenta de cosecha y los organizó en las llamadas UEPC.

Dicho modelo tuvo sus repercusiones propias en el ámbito local como explica Van der Hoff ((1986):

[La intervención del Inmecafé] Significó un cambio fuerte en la montaña, la forma de producción campesina evolucionó desde una forma caciquil (los caciques ya habían hecho su riqueza económica y controlaban en gran medida políticamente los pueblos y varios municipios) hacia lo que se puede llamar la forma de producción campesina "a contrato"... Con la entrada de Inmecafé y Banrural los campesinos empezaron a modernizar algo el cultivo de café: introducción de otras variedades, mejoras en las plantaciones, despulpadoras, secadoras en casa etc. Los préstamos del Banco provocaron una modificación de las relaciones sociales. En vez de pedir dinero prestado al cacique local o al compadre o al vecino, el Banco sustituyó esas relaciones. Estos procesos se dieron en muchos lugares en las sierras de México, donde viven los pequeños productores de café (p. 46 en Bartra et al, 2011:198)

El Inmecafé tuvo en su momento la particularidad de agrupar a los productores a nivel comunitario, en buena medida los antecedentes organizativos de los pueblos cafetaleros están casi en su totalidad permeados ya sea por la ausencia o presencia del Instituto.

Como ya se ha comentado en apartados anteriores, otros países tenían también sus propias instituciones para la regulación comercial del aromático, lo que le da un rasgo específico a dicha cadena comercial: "El mercado internacional del café presenta la particularidad de haber sido regulado, durante más de veinticinco años (de 1962 a 1989) por un acuerdo internacional entre la mayor parte de los países productores y de los países consumidores" (Renard, 1999:81).

Es decir, aunque aparentemente el mercado internacional (espacio para el comercio a larga distancia) del café se encuentra en una esfera distinta a las economías nacionales, en la práctica esto no sucede al pie de la letra, lo anterior muestra la fuerte intervención del Estado a nivel nacional e internacional, lo cuál tiene sus repercusiones en la esfera local también y lleva a pensar en el hecho de que el mercado internacional en total libertad sin presiones de actores políticos como el Estado no es tal.

En ese sentido cabe entonces agregar una contradicción a la comercialización del café, ya que para 1989 cuando el modelo económico cambia las consecuencias para los pequeños productores mexicanos son importantes y marcan un giro en la historia de la caficultura mexicana, explica Chávez (2010):

Las transformaciones estructurales en el modelo de desarrollo que pusieron en marcha los gobiernos a partir de la década de los ochenta, han generado cambios sociales en México que han impactado significativamente a la población rural... En el nuevo modelo, la economía es anclada en el sector de servicios desarrollado en las urbes. Por ello, la población urbana se convierte en el motor de la economía. En los hechos, la población rural deja de ser una preocupación primordial en la agenda pública. (p. 67)

Y todo ello resulta en la desaparición de instituciones estatales, entre ellas el Inmecafé que es desmantelado oficialmente en 1992 y deja un vacío significativo en el campo cafetalero mexicano debido a las funciones que cumplía y que ya se han detallado anteriormente.

Me interesa atraer la atención acerca del hecho de que los pequeños productores de café se desenvuelven en un contexto plagado de contradicciones y paradojas, y su vida cotidiana se halla irremediamente ligada al mercado internacional pero también a la intervención estatal, esta historia a través de la que ha ido transitando el caficultor mexicano lo marca y lo diferencia de otros sectores dentro del agro nacional.

Precisamente esa contradicción y tensión constante constituye la historicidad en la que participa el campesino caficultor, en ese sentido es lo que lo define como ser que tiene justamente un quehacer

en el tiempo y que no se termina con cada sexenio o con cada ajuste estructural que lleva a cabo el Estado mexicano, “lo que de tal forma tiene una historia puede al par hacer historia” (Heidegger, 1971[1927]: 409), así los caficultores mexicanos definen su historia marcada por su inserción en el mercado internacional ya sea de manera consciente o inconsciente, pero al mismo tiempo por un periodo de fuerte intervención estatal y un cambio importante de modelo político – económico.

El peso de estos virajes históricos afectan de manera importante al pequeño productor cafetalero quien en 1989 debe decidir entre dejarse llevar por la corriente del mercado internacional en la que ya se halla inmerso asumiendo las consecuencias de tener una nula participación en estos espacios o echar mano de alguna o algunas estrategias para por lo menos oponer resistencia.

Fuertemente influenciados por los factores históricos que se aclararon anteriormente los campesinos cafetaleros definen estrategias particulares de acción colectiva, pasando de ser actores que se hallaban articulados por la intervención del Estado a constituirse como sujetos capaces de participar, hacer propuestas y actuar en uno de los espacios neurálgicos para la caficultura: el mercado internacional.

3. El estado de crisis ¿permanente?

La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) se encuentra enclavada en la zona montañosa del Istmo de Tehuantepec en el estado de Oaxaca, esto le da una gran diversidad tanto cultural como biológica y social, en dicha región confluyen las culturas zapoteca, mixe, chontal y chatina, es un área de contrastes con respecto a la conocida como “parte baja” en donde los municipios de Ixtepec, Juchitan, Salina Cruz, Tehuantepec, se caracterizan por tener terrenos planos, clima seco y una cierta homogeneidad cultural ante una predominancia de la cultura zapoteca, mientras que en la zona alta o montañosa que recorre municipios como Guevea de Humboldt, Santa María Guienagati, Santa María Nativitas Coatlan, San José el Paraíso, Santiago Lachiguiri etc se caracterizan por una geografía accidentada, terrenos montañosos que se levantan desde los 600 hasta los 1900 m snm que permiten que existan condiciones climáticas propicias para cultivos como el café, en contraste con la parte baja del Istmo la zona montañosa se distingue por su diversidad cultural.

El hecho de hallarse en regiones geográficamente apartadas de los centros urbanos coloca a estos caficultores en cierta desventaja cuando buscan comercializar su producto, si a eso le añadimos el hecho de que el café requiere de diversos y numerosos intermediarios para llegar a su destino final entonces el panorama se complica.

Así, tenemos pequeños productores de café que son indígenas, con parcelas que no tienen mas de cuatro hectáreas, niveles de producción que no sobrepasan los cinco quintales por hectárea, viven en comunidades consideradas como de Alta y Muy alta marginación y que paradójicamente producen un cultivo que es preponderantemente destinado a la exportación. Estas condiciones aunadas a la inestabilidad de los precios del aromático ha conducido a una serie de crisis en este sector.

Entendiendo las crisis no solo como económicas sino de índole diversa, en la caficultura se viven en los niveles global y local, en el espacio global el reflejo más grave es la inestabilidad en los precios del aromático como ilustra Bartra (2011)

En los últimos veinte años el mercado de café se ha caracterizado por su inestabilidad y volatilidad, con largos periodos de precios bajos y lapsos muy cortos de cotizaciones altas. En este tiempo se han presentado dos etapas críticas con una duración de 11 años (de 1988 a 1994 y de 2000 a 2005), con precios por debajo de los costos de producción, que han puesto en riesgo la sobrevivencia de las familias campesinas dedicadas a este cultivo (p.198)

Crisis referida especialmente a la escasez que se traduce en carestía de alimentos, medicamentos, educación que fuese útil a las necesidades locales que se desenvuelve en un contexto

internacional de crisis cafetalera que se distingue por la caída de los precios internacionales que “alcanzó su récord histórico más bajo en diciembre de 2001” (Petchers y Harris, 2008:43 en Chávez, 2010:75). Pero para las comunidades zapotecas y mixes lo más visible era que el pago recibido por el café cultivado cada vez alcanzaba para menos y había que hacer “nacer lo nuevo.” (Van der Hoff, 2011:18).

Y justamente en ese contexto la UCIRI fue un soporte importante para los caficultores oaxaqueños “a fines de la década de 1980 cuando los acaparadores locales pagaban \$10.00 por el kilo de café pergamino, la UCIRI, vendiendo a compradores solidarios a través del comercio justo, lo podía pagar a más de \$20.00.” (Bartra, Jurado, 2012:187).

Pero es también medio ambiental, la cual se vive en el nivel local de una manera bastante palpable ante el cambio climático que no permite hacer una planeación de la producción de café con la certeza de años anteriores, en este ciclo cafetalero la roya se ha convertido en una plaga que hasta hace un año era controlada y que en el ciclo que está corriendo ya se teme que coloque a los pequeños caficultores del sur – sureste del país en situación de desastre.

Y es a la vez cultural en tanto crisis de identidad, que se manifiesta en hechos cómo el que un individuo no se concibe a sí mismo si no es a través de lo que opinen de él o ella en las redes sociales en internet, modos de ser que velan al ser, a nivel local se vive en las comunidades campesinas en tanto se identifican como campesinos, indígenas, caficultores pero cuya población joven quiere dejar de serlo o que el ser campesino deje de ser sinónimo de marginación y falta de oportunidades, que el ser caficultor no implique vivir de manera indigna sin condiciones decorosas de salud, vivienda y alimentación y con acceso a servicios educativos en donde las y los jóvenes se sientan incluidos y puedan visualizar un futuro campesino.

Así, “la crisis exige que nos formulemos nuevas preguntas, nos impone dejar a un lado los principios a los cuales estábamos acostumbrados. Nos obliga a un cuestionamiento profundo y necesario” (Van der Hoff, 2011: 18)

La inestabilidad que conduce a constantes crisis ha caracterizado la relación de los pequeños caficultores con el mercado internacional, de tal suerte que entonces es necesario replantear los principios en los que hasta la fecha se ha mantenido.

En el caso de los pequeños caficultores oaxaqueños, la crisis ha estado presente en sus vidas un una gran diversidad de formas, no hay que olvidar que han sido sujetos de los cambios en el entorno político y económico que ha encabezado el gobierno mexicano y que los condujo entre otras situaciones a la crisis de finales de los ochenta como consecuencia de la desaparición del Inmecafé, sin descartar el hecho de que anteriormente su existencia y se encontraba en crisis ante la inestabilidad de precios del aromático.

Actualmente la crisis sigue manifestándose en diversas formas, se refleja en los jóvenes que emigran en cada vez mayor número fuera del país por la vía ilegal, o en aquellos que optan por un camino distinto del que tomaron sus padres pero que, ante la carencia de oportunidades su futuro toma forma concreta en las redes del narcotráfico poniendo en riesgo, (en crisis), la permanencia del sistema de producción diversificada de café.

Se refleja también en el número de hogares encabezados por mujeres que se incrementa también año con año como consecuencia de la emigración de hombres en edad productiva.

Se hace presente en la UCIRI ante la baja del número de socios que invita a replantear estrategias organizativas que permitan seguir cumpliendo con los contratos establecidos.

Se le visualiza en la baja producción de los cafetales. Se presenta también bajo la forma de la diversidad de formas del ser campesino pero también bajo la multiplicidad de formas de mercadeo y de opciones de compra en el caso de los consumidores.

Pero lo relevante son la diversidad de formas en las que se hace frente a estas crisis, y para esto los pequeños caficultores de la UCIRI han dado muestra de que es posible desplegar una serie de

estrategias que hacen referencia a sus orígenes campesinos e indígenas, finalmente estrategias locales para un contexto de mercado global.

Bibliografía.

- Acuña Rodarte, Blanca Olivia (2000). *Caminando con la luna, las mujeres cafetaleras de la mixteca alta*. Tesis para optar por el grado de Maestra en Desarrollo Rural, Universidad Autónoma Metropolitana, México, D.F.
- Bartra, Armando (2006). *El capital en su laberinto. De la renta de la tierra a la renta de la vida*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México. ITACA. Centro de Estudios para el Desarrollo Rural Sustentable y la Soberanía Alimentaria. México D.F.
- Bartra, Armando. Cobo, Rosario (Entrevistas y redacción) (2007). *Puerta del viento. Cerro de las Flores. Área Comunitaria Protegida*. UCIRI. CONANP. Instituto Maya A.C. IIS – UABJO. México
- Bartra, Armando (2008). *El hombre de hierro. Los límites sociales y naturales del capital*, Itaca, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Universidad Autónoma Metropolitana, México.
- Bartra, Armando (2011) a). *Tiempo de mitos y carnaval. Indios, campesinos, revoluciones. De Felipe Carrillo Puerto a Evo Morales*. Itaca. PRD DF. México
- Bartra, Armando, Cobo R., Paz L. (2011). *La hora del café. Dos siglos a muchas voces*. Comisión Nacional para el conocimiento y uso de la biodiversidad. Banchiapas. Instituto Nacional de Antropología e Historia. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Circo Maya. México
- Bartra, Armando, Jurado S. (2012). *Como sobrevivir al mercado sin dejar de ser campesino*. En Veredas. Revista del pensamiento sociológico. Año 13. Número especial. Segundo semestre de 2012. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. Universidad Autónoma Metropolitana. México D.F. pp 182 – 191
- Bartra, Armando (2013). *Hambre. Carnaval. Dos miradas a la crisis de la modernidad*. Universidad Autónoma Metropolitana – Xochimilco. MC editores. México D.F.
- Calva, José Luis (1988). *Los campesinos y su devenir en las economías de mercado*. Siglo veintiuno editores. México D.F.
- Cobo, Rosario. Paz Lorena (2009). *Milpas y cafetales en Los Altos de Chiapas*. Primera edición, Serie Acciones, Número 7. Comisión Nacional para el conocimiento y uso de la biodiversidad. Corredor biológico mesoamericano, México. Global Environment Facility. Circo Maya. México
- Cossío Villegas, Daniel (1974) (coord). *Historia Moderna de México. El porfiriato, vida económica*. Tomo I, Hermes, México – Buenos Aires.
- Chávez, Carlos (2010). *Tensiones entre la legitimidad y la democracia. El caso de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI)*. Tesis de Maestría en Estudios Políticos y Sociales, UNAM, México.

- Chayanov, Alexander et al (1981) *Chayanov y la teoría de la economía campesina*. Cuadernos de Pasado y Presente. Siglo XXI. México
- Gaventa John, Tandon Rajesh (2010) *Globalizing citizens. New dynamics of inclusion and exclusion*. Zed Books. New York, USA
- Geertz, Clifford (1997 [1989]). *El antropólogo como autor*. Paidós Ibérica. Barcelona, España
- Heidegger, Martin (1971 [1927]), *El ser y el tiempo*. Decimosexta reimpresión (2012). Fondo de Cultura Económica. México D.F.
- Jaffee, Daniel (2007). *Brewing justice. Fair Trade coffe, sustainability and survival*. Los Angeles: University of California Press
- Oxfam Internacional (2002). *Cambiar las reglas. Comercio, globalización y lucha contra la pobreza*, Intermón Oxfam, Barcelona, España
- Polanyi, Karl (2009 [1940]). *La Gran Transformación*. Primera reimpresión. México. Juan Pablos Editor. 335 pp
- Raynolds, Laura, T., Murray T., y Wilkinson D.J. (2007). *Fair Trade. The challenges of transforming globalization*. Routledge, Londres (Reino Unido) y Nueva York (EUA)
- Renard Marie-Christine (1999). *Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para los pequeños productores de café*. México. Primera edición. CEMCA-CEPCO-ISMAM. 340 pp
- Rosaldo, Renato (1991 [1989]). *Cultura y verdad. Nueva propuesta de análisis social*. Grijalbo. México
- Shanin, Teodor (1979). *Campesinos y sociedades campesinas*. Fondo de Cultura Económica. México D.F.
- Taylor, Charles (1989:176). *Fuentes del yo*. La construcción de la identidad moderna. Paidós. Edición del 2006. Barcelona, España.
- Van del Hoff, Francisco, Roozen Nico (2002). *La aventura del comercio justo*. El Atajo Ediciones, México
- Van der Hoff Francisco (2011) *Manifiesto de los pobres. Las soluciones vienen desde abajo*. Edición privada de la Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo. Cd. Ixtepec, Oaxaca, México