

# Experiencias alimentarias e innovación social



CLAUDIA ROSINA BARRA

## en el Centro-Norte de México

*La pandemia por covid-19 ha provocado cambios en las maneras de producir, distribuir y consumir alimentos a nivel local y regional. Ha logrado que los consumidores revaloren las experiencias y alimentos agroecológicos, por lo que el consumo y las prioridades para buscar productos saludables se ha redefinido. Ahora, la esencia de esas innovaciones agroecológicas se perfila como una necesidad y se impulsan acciones y mecanismos como los tianguis de alimentos cercanos, las redes alimentarias y otras iniciativas que acercan a los productores de este tipo de alimentos con los consumidores.*

Claudia Rosina Bara, Héctor Nicolás Roldán Rueda y Mario Fernández Zurza

Querétaro, Guanajuato y San Luis Potosí integran la región Centro-Norte de México. Junto con Aguascalientes y Jalisco conforman el Centro-Bajío-Occidente, que se distingue por una gran producción agropecuaria aunque en su mayor parte se orienta a la exportación; esto implica un desequilibrio en la distribución y acceso a alimentos variados, saludables y locales. Pese a todo, existen iniciativas que han abierto brechas en un panorama mercantilizado, de modo que se han creado redes alternativas de producción, comercialización y consumo de productos agroalimentarios de pequeña escala, que se basan en la vinculación de productores y consumidores; son espacios de intercambio en los que se prioriza la producción de alimentos básicos, la soberanía alimentaria, la conservación de la diversidad agrícola, además del acceso a productos locales y el rescate del patrón alimenticio tradicional y culinario de la región.

Con la llegada de la covid-19 y sus consecuencias sanitarias, ese tipo de iniciativas se ha reivindicado pues promueven una producción más limpia, espacios de comercialización más justos y la autogestión capaz de incluir a los productores de pequeña escala. En este texto presentamos algunos casos de redes, mercados y experiencias en Querétaro, Guanajuato y San Luis Potosí.

## Feria del Maíz Nativo, Querétaro

La Feria del Maíz Nativo y la Milpa de San Miguel Tlaxcaltepec, municipio de Amealco de Bonfil, Querétaro, tiene la virtud de generar un espacio anual para el intercambio de semillas criollas de maíz, calabaza, frijol, chícharo y distintas variedades de garbanzo. También se fomenta el intercambio de prácticas y saberes, los usos y costumbres de los pueblos indígenas y la riqueza



Volante, 7ª Feria del Maíz Nativo y la Milpa, San Miguel Tlaxcaltepec.

gastronómica y diversidad cultural de la zona. Se realizan espectáculos, actividades de concientización para niños y niñas, mesas de diálogo, así como venta de comida tradicional y artesanías.

Los principales impulsores de esta feria son el Centro de Asesoría y Capacitación para el Desarrollo Comunitario "Ricardo Pozas Arciniega" de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro, junto con organizaciones de productores de maíz, las autoridades delegacionales de San Miguel Tlaxcaltepec y de San Miguel Mexquititlán, y miembros de la sociedad civil.

La feria de 2021 no pudo desarrollarse presencialmente por la contingencia sanitaria, aunque para seguir trabajando en pro de la preservación, conservación y multiplicación de las semillas nativas, se realizó una videograbación que visibiliza el trabajo campesino mediante entrevistas con actores cla-

ve de San Miguel Tlaxcaltepec e integrantes del Comité Organizador; esta grabación se ha difundido por diversos medios para mostrar los esfuerzos colectivos en favor del maíz nativo y la producción agroecológica local.

Por la cuarentena y sus restricciones sanitarias y económicas para trasladarse de un lugar a otro tanto para vender como para hacer las compras, algunos productores campesinos de San Miguel Tlaxcaltepec se vieron obligados a intercambiar y comprar granos y alimentos producidos en la misma comunidad. Emiliano Trejo Hernández, miembro del Comité Organizador, comentaba: "Vamos en menos ocasiones al municipio, o a la capital del estado, o sea, se ha reducido la libertad de salir de nuestras comunidades por falta de trabajo, por falta de dinero; todo esto nos ha impactado muy fuerte."

La situación muestra claramente que se requiere de un cambio hacia sistemas locales de alimentación; que es el momento de diseñar estrategias eficientes a largo plazo para garantizar el apoyo a la producción local no solo en situaciones de emergencia sino en la vida cotidiana.

## Cooperativa Nuhu, Querétaro

Nuhu, antes llamada La Coope, es una cooperativa de intercambio de alimentos saludables, productos de higiene personal y limpieza del hogar, y medicina alternativa y tradicional, que radica en la capital de Querétaro. Surgió en 2015 como proyecto de distribución y consumo responsable de productos orgánicos. Cuenta con más de 20 colaboradoras que se organizan en grupos de trabajo en certificación, enlace con productores, abasto y puntos de entrega. Desde 2016 se han vinculado con familias y proyectos campesinos en Amealco de Bonfil, para levantar pedidos mediante

nuhu.org.mx



Canasta de productos orgánicos y agroecológicos, cooperativa Nuhu, Querétaro.

una plataforma digital desarrollada por un cooperativista ([www.nuhu.org.mx](http://www.nuhu.org.mx)). Son ya más de 60 familias y proyectos campesinos proveedores y más de 1,000 familias consumidoras inscritas, que pueden recoger sus pedidos en los 8 puntos de entrega en la ciudad de Querétaro y San Juan del Río.

Algunos integrantes comentan que al principio de 2020 ya habían abierto su primera tienda física en una cervecería a donde llegaba mucha gente el fin de semana; pero las instalaciones cerraron con la pandemia y la cooperativa tuvo que adaptarse a las nuevas condiciones, sobre todo al darse cuenta de que la columna vertebral eran los pedidos de canastas agroecológicas y orgánicas. Usando la plataforma virtual, las personas interesadas solicitan lo que requieren los martes, miércoles y jueves, y el lunes siguiente reciben su canasta. Llegó a haber un pico de 25% más en la cantidad de canastas solicitadas durante dos de los meses en los que hubo mayor miedo al contagio, pero cuando la gente regresó a sus hábitos tradicionales los pedidos volvieron a bajar. Finalmente, aunque

la tienda en la cervecería ha vuelto a abrir, se mantiene el sistema de pedidos de canastas semanales.

Benjamín, un cooperativista y productor agroecológico comentaba: “Yo veo a Nuhu en el futuro como un referente, no solo en cuanto al consumo de productos orgánico/agroecológicos, sino como un todo. Una organización en donde la gente no solo va a consumir productos orgánicos, sino

que también va a educarse en lo agroecológico, en la sustentabilidad. ‘Nuhu’ significa ‘despertar’, pero todavía no impactamos lo suficiente, estamos en una transición de lo que buscamos proyectar. Es decir, hay personas que ya están despiertas, que tienen prácticas que respetan el medio ambiente, que consumen lo local y apoyan este tipo de proyectos de pequeños actores; faltaría que más gente tuviera esta conciencia”.

### Cooperativa Verde Esperanza, Guanajuato

La cooperativa Verde Esperanza es una iniciativa de índole eclesial impulsada en 2016 por el sacerdote Juan Carlos Zesati, en conjunto con otros grupos de personas de localidades rurales en San Luis de la Paz, Guanajuato. Su objetivo es impulsar el consumo de alimentos saludables para apoyar a productores locales, quienes mejoran su calidad de vida distribuyendo miel de maguey, frijol, cajeta, huevo y otros artículos. Actualmente son 50 socios o familias campesinas que se dedican a la producción y comercialización de aproximadamente 16 productos.

El representante comercial de Verde Esperanza nos comentaba que aunque creyeron que con la pandemia por covid-19 las ventas bajarían, sucedió lo contrario porque las entregas son a domicilio. A cambio tuvieron que cancelar las asambleas, la



Participación de la cooperativa Verde Esperanza en la Feria de Salud en junio de 2020.

verde-esperanza.com

participación y organización de los tianguis orgánicos, y adaptarse a las alternativas tecnológicas y digitales que desconocían. Otro reto que ya de por sí enfrentaban fue la ausencia de producción, tanto por la desintegración de los grupos de trabajo como porque algunos miembros han abandonado el proyecto, particularmente a raíz de la pandemia. Aunque las herramientas digitales han ayudado a fomentar las ventas, no han servido para impulsar la comunicación entre productores, ya que no las dominan.

## Mercado Macuilli Teotzin, San Luis Potosí

Macuilli Teotzin es uno de los mercados agroecológicos locales más emblemáticos de la capital de San Luis Potosí. Surgió en 2010 a partir de la gestión de proyectos ligados a la agroecología por parte de la Facultad de Agronomía y Veterinaria de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí (UASLP), con el apoyo de los productores de las cuatro zonas del estado: Altiplano, Huasteca, Zona Media y Zona Centro. Integra a alrededor de 32 familias y abre un sábado al mes desde 2011 en la UASLP. En 2016 fue la primera iniciativa reconocida por la Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural y el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria para operar la certificación orgánica participativa, que garantiza la inocuidad y la producción agroecológica en concordancia con la Ley de Productos Orgánicos.

La certificación orgánica participativa –denominada en otros países Sistema Participativo de Garantía– la gestiona un grupo local, pero intervienen todos los actores: productores, consumidores, promotores, investigadores, estudiantes. En otras palabras, es un sistema que garantiza al consumidor que lo que adquiere procede de la producción familiar o de pequeños productores conectados sin intermediarios con el punto final de venta. Está destinado para productores agropecuarios sin acceso a la certificación de empresas enfocadas a la exportación. La Casa Garambullo en Peotillos,



Reapertura del mercado Macuilli Teotzin, octubre de 2020, San Luis Potosí.

cuyos integrantes forman parte del mercado Macuilli Teotzin, fue la primera en recibir la certificación orgánica participativa en el país.

Por otra parte, antes de la pandemia se abrió la Eco-tienda Tlaliloyan para ofertar los productos del tianguis, pero entre abril y septiembre de 2020 suspendió sus actividades. No obstante, sus operaciones continuaron con el levantamiento de pedidos, entregas y citas a través de la página de Facebook del mercado Macuilli Teotzin, mismo que reabrió en octubre 2020 con las medidas propias de la contingencia. “Este año se llevó a cabo el tianguis de manera regular, excepto en febrero cuando fue virtual por el regreso al semáforo rojo. Las solicitudes se hacían por Facebook y las personas recogían los productos en la tienda. En algunos periodos, los productores de la Huasteca mandaron pedidos consolidados de clientes que ya tenían”, nos contaba Daniela Sánchez Abud en mayo de 2021.

## Conclusiones

La pandemia ha restituido la importancia de las redes, mercados y experiencias de producción, transformación y comercialización de productos locales y agroecológicos en el Centro-Norte del país. Las iniciativas aquí presentadas muestran que, a pesar de las dificultades y retos que obligaron a adaptarse a las medidas de contingencia y a buscar alternativas de comercialización, el

resultado ha sido de fortalecimiento pues se ha evidenciado la virtud de la proximidad con los productores, lo que puede ayudar a elevar la demanda de alimentos generados agroecológicamente.

Algunos desafíos se relacionan con el trabajo voluntario y colectivo que es la base de este tipo de iniciativas. Existe una gran dependencia respecto del grupo gestor, además de que hay poca conciencia entre los consumidores en cuanto a las actividades organizativas y operativas de las cooperativas. Lo cierto es que la covid-19 ha logrado una mayor reflexión en cuanto al impacto de la alimentación en la salud y ha evidenciado la importancia de acceder de forma directa a productos agroecológicos y locales.

Ello implica compromiso y responsabilidad para que los proyectos alcancen sus objetivos, así como la disponibilidad para adaptarse a las nuevas herramientas tecnológicas y digitales que hacen posible la comunicación entre productores, comercializadores y consumidores. Estas herramientas implican otras formas de organización social y nuevas reglas de comercialización, así que aprovecharlas es parte de novedosos mecanismos de innovación social.

Claudia Rosina Bara es profesora en la Universidad Autónoma de Querétaro (claudia.bara@uaq.mx). Héctor Nicolás Roldán Rueda es técnico del Departamento de Sociedad y Cultura, ECOSUR Chetumal (hector.roldan@ecosur.mx). Mario Fernández Zarza es profesor investigador en la Universidad De La Salle Bajío (mario.fernandez.zarza@gmail.com).