

## **Mercados alternativos en el centro de México. Tensiones entre lo digital y lo presencial durante la pandemia**

*Alternative markets in central Mexico. Tensions between digital and face-to-face during the pandemic*

ARK CAICYT: <http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s23141174/i47yhfn2i>

**Laura Collin<sup>1</sup>**

El Colegio de Tlaxcala – México

**Eduardo Enrique Aguilar<sup>2</sup>**

Universidad de Monterrey – México

### **Resumen**

El artículo parte de reflexionar sobre el trabajo asalariado en el capitalismo y como ya no representa una alternativa generalizada para la reproducción social. Ante la pérdida de la centralidad del trabajo asalariado se contraponen las opciones para conservar a las personas como consumidores -tanto en modelos neoliberales y de la socialdemocracia de reparto de dinero-con la de los movimientos altermundistas de trabajo digno, en particular, la de la construcción de mercados alternativos para comerciar bienes y servicios que producen. Procede con una revisión del proceso de creación de mercados alternativos en México para preguntarse cómo se adaptaron en tiempos de pandemia, y si esas reflejan los fines buscados en el comercio alternativo. Por medio de entrevistas telefónicas y virtuales y la participación en talleres también virtuales se recogen las preocupaciones de los actores en cuanto a la capacidad de instalar sistemas para ventas electrónicas, así como de la generación de comunidad y de relaciones de reciprocidad.

### **Palabras clave:**

TRABAJO ASALARIADO; TRABAJO DIGNO; MERCADOS; RECIPROCIDAD; ECONOMÍA SOCIAL

### **Abstract**

The article starts from reflecting on wage labor in capitalism and how it no longer represents a generalized alternative for social reproduction. Faced with the loss of the centrality of wage labor, the options to keep people as consumers -both in neoliberal models and those of the social democracy of money distribution- are contrasted with that of the alter-world movements of decent work, in particular, that of the construction of alternative markets to trade goods and services they produce. It proceeds with a review of the process of

---

<sup>1</sup> Correo electrónico: [lauracollin@gmail.com](mailto:lauracollin@gmail.com)

<sup>2</sup> Correo electrónico: [eduardo.aguilarh@udem.edu](mailto:eduardo.aguilarh@udem.edu)

creating alternative markets in Mexico to ask how they adapted in times of pandemic, and if they reflect the aims sought in alternative trade. Through telephone and virtual interviews and participation in virtual workshops, the concerns of the actors are collected regarding the ability to install systems for electronic sales, as well as the generation of community and reciprocity relationships.

**Keywords:**

WAGE LABOR; DECENT WORK; MARKETS; RECIPROCITY, SOCIAL ECONOMY

Fecha de recepción: 24 de agosto de 2021

Fecha de aprobación: 9 de noviembre de 2021

## **Mercados alternativos en el centro de México. Tensiones entre lo digital y lo presencial durante la pandemia**

### **1. La búsqueda de trabajo digno y la cuestión de los mercados**

#### *1.1 El contexto de la crisis del trabajo asalariado*

Desde el momento en que al trabajo se aplica la lógica de la producción industrial capitalista, no ha dejado de extenderse y profundizarse, cubriendo casi todos los ámbitos y actividades de la vida. El dominio que la máquina impuso sobre los seres humanos, como lo caracteriza Iván Illich (2000), supone la producción de mercancías en serie, de manera estandarizada y a *gran* escala. Resulta trascendente resaltar que se trata de *gran escala* pues los defensores de la industrialización de la vida omiten la dimensión y usan la expresión *economía a escala*, haciendo referencia a la gran escala, como si la pequeña escala no existiera. A la estandarización y multiplicación que aporta la máquina se agregan los componentes relativos a la lógica del capital: la tendencia a la concentración monopólica con la consecuente competencia que tiende a desplazar y desaparecer a los pequeños productores.

El modelo industrial capitalista comenzó con la producción manufacturera de bienes, donde la industria textil, y la automotriz, fueron pioneras, pero la lógica de la reproducción ampliada del capital, la estandarización y la producción en serie se fue extendiendo a todas las manufacturas. Con la revolución verde se trasladó al campo incluyendo al conjunto de la cadena alimentaria (Mundt, 2000), concretando la producción industrial en serie hasta de animales (Vélez Vega, 2020). Más recientemente contaminó las llamadas *profesiones liberales*, hoy en día se producen doctores en serie y estandarizados (Collin, 2013), hospitales transformados en shoppings de especialistas médicos, cadenas de laboratorios dedicados a producir análisis y estudios clínicos en máquinas operados por personal técnico, proceso al que Ritzer (2005) denomina la *macdonalización* de la sociedad.

La gran transformación supuso la pérdida de trabajos artesanales y de la agricultura con el objeto de integrar la mano de obra liberada al mercado de trabajo. Intencionadamente se procuró destruir la autosuficiencia que proporciona la producción para el consumo propio (Moore Lappe, 2012; Polanyi, 2006) y de esa manera mermar las capacidades de autogestión y autonomía de las personas y las comunidades, volverlas dependientes de la demanda de mano de obra,

o de trabajo asalariado. El proceso de desplazamiento se realizó de forma compulsiva (Polanyi, 2006), aunque discursivamente aparecía como una especie de oferta del sistema señalando que si abandonaban esa producción ineficiente y se empleaban como trabajadores asalariados con el pago obtenido podrían satisfacer sus necesidades de reproducción social de forma digna.

Mientras la demanda de mano de obra por parte de las actividades industriales fue en aumento, la oferta de tránsito al trabajo asalariado funcionó, al punto que, con el tiempo el trabajo se identificó con el trabajo asalariado estable y con prestaciones sociales y se convirtió en meta por conseguir. El desplazamiento se convirtió en expectativa de movilidad social para muchos trabajadores del campo e inclusive de artesanos urbanos. Fagocitó también a las antes llamadas profesiones liberales, los profesionistas hoy en día mayoritariamente asalariados. Si bien nunca se consiguió la meta del empleo pleno, la demanda de mano de obra permaneció como posibilidad, durante más de un siglo, pero finalmente se acabó. Hoy en día la oferta de trabajo supera la demanda, cunde el desempleo y la posibilidad de organizarse para mejorar las condiciones de trabajo parece haber llegado a su fin con la competencia ante la escasez de la demanda.

Con la globalización del neoliberalismo, —admitiendo la redundancia ya que se implican mutuamente— el trabajo asalariado dejó de ser una posibilidad de movilidad social e inclusive de reproducción social en la mayoría de los casos. Se verificó una disminución drástica de la demanda de mano de obra y, en general, del aumento en la precarización de las condiciones laborales como resultado de una serie de factores concatenados: por un lado, el incremento de la productividad que supone que una persona sea capaz de generar lo que antes involucraba las fuerzas de varios trabajadores (De la Garza, 2000), se suma la tendencia al incremento de la composición orgánica del capital, sustituyendo trabajadores por máquinas, es decir la robotización del trabajo (Lahera Sánchez, 2019), a estos factores tecnológicos se suma la concentración monopólica en un muy pequeño número de corporaciones que dominan el mercado (Basile, 2019). Corporaciones que absorbieron o compraron para luego cerrar o incorporar a las pequeñas, medianas y hasta grandes empresas a nivel nacional. Como muestra basta con considerar la producción de cerveza en México, casi en su totalidad comprada por corporaciones, al igual que los bancos o los supermercados. Por el otro, la sustitución del trabajo humano por robots (OECD, 2018). En el contexto de la pandemia, la tendencia a desplazar el trabajo asalariado se agudizó aún más, afectando al sector servicios, con las ventas en línea y la entrega a domicilio (Rus, 2018).

El problema del trabajo —la gran crisis del trabajo asalariado— constituye un dilema insalvable para el sistema de producción capitalista que se profundiza cada vez más: la tendencia al incremento de la productividad, a la concentración y, por tanto, a la disminución de la necesidad de mano de obra o de trabajo asalariado. El imperativo de *producir más con menos* —es claro cuando el mandato del Objetivo del Desarrollo Sostenible 12 señala esta necesidad—, y de la disminución de costos, entre ellos los de la mano de obra conduce invariablemente a crisis de sobreproducción y paralelamente de empobrecimiento de los trabajadores. El capitalismo en su etapa neoliberal cada día requiere menos trabajo asalariado y el poco que requiere se encuentra peor retribuido, fenómeno interpretado en términos suaves como pérdida de la centralidad del trabajo (Antunes, 2000) o fin del trabajo (Rifkin, 1996).

¿Si el trabajo asalariado, deja de representar la opción para la reproducción social de las personas, que alternativa les queda? Evidentemente no existe una respuesta única para el problema de la reproducción social, dependerán de los intereses de los actores y de la perspectiva o premisas de las que parten. Descartando las soluciones orientadas a la reducción de la población, o genocidio, identificamos al menos tres respuestas: dos corresponden a la lógica capitalista en sus vertientes neoliberal o socialdemócrata y una tercera a la de los movimientos sociales altermundistas. Las dos primeras remiten al reparto de dinero, las segundas se centran en la creación de trabajo digno, que satisfaga tanto las necesidades de reproducción social de los trabajadores y sus dependientes económicos en relaciones armónicas con la naturaleza.

## *1.2 Las opciones al trabajo asalariado*

El capitalismo puede prescindir de los trabajadores y sustituirlos por robots, pero por el momento no puede prescindir de los consumidores. Requiere de consumidores para realizar la mercancía. La contradicción señalada por Marx (2014 [1975]) desde los inicios del capitalismo, se evidencia cíclicamente con crisis y con fenómenos de destrucción y reconstrucción de fuerzas productivas. En tiempos de la hegemonía neoliberal, la propuesta para sortear el incremento de la pobreza a 3 décadas de la puesta en marcha de las políticas neoliberales del consenso de Washington (Bustelo, 2003), fue cargarle al estado la responsabilidad de transferirles recursos para mantener a las personas como consumidoras; en nombre del combate a la pobreza se les reparte dinero de manera individualizada para que sigan comprando en el mercado global. El estado y los gobiernos abandonan de esta manera

las políticas de integración o incorporación al desarrollo —estrategia impulsada en las décadas previas— y asumen a la situación de pobreza como estructural y como paliativo el reparto de dinero. Estas medidas con el pomposo nombre de *políticas focalizadas de transferencias condicionadas*, fueron recomendadas por los organismos internacionales y generalizadas en América latina. En la práctica las transferencias condicionadas consisten en un subsidio disfrazado a los empresarios para que puedan mantener su tasa de ganancia a costa de los salarios deprimidos de los trabajadores.

Alrededor del globo van casi 30 años de *transferencias condicionadas* con diferentes nombres en cada país, por ejemplo: en Brasil el programa *Bolsa Familia* o en México Progres-Prospera (Stampini, y Tornarolli; 2012; Rawlings, 2003) o los apoyos de investigación (Sistema Nacional de Investigadores- SNI) y en los países desarrollados transferencias a cuidadores, a desempleados y, de vivienda (Ullmann, et.al., 2021). De proponerse inicialmente con carácter temporal se han vuelto permanentes, mantienen tendencia a la expansión y, en el contexto de la última crisis múltiple provocada por el COVID se incrementó la clientela al generalizarse a la mayoría de la población como en Canadá, Estados Unidos, y muchos de los países de la Unión Europea.

La propuesta neoliberal de las transferencias condicionadas es al mismo tiempo focalizada, supuestamente orientada o limitada a quienes se encuentran en situación de pobreza extrema. La respuesta desde la perspectiva socialdemócrata de los estados de bienestar refiere a su universalización, en términos de Renta Básica Universal. La propuesta no es nueva, surge en la década de los 90 del siglo XX en Inglaterra, es retomada en España y actualmente se puede considerar un movimiento mundial de carácter reformista, pues deja intacta la economía industrial capitalista al garantizarle consumidores.

La caída de la economía en el contexto de la pandemia ha llevado a reconsiderar la propuesta de Renta Básica Universal (RBU) como alternativa viable (Raventos, 2014). La RBU representa una propuesta que reconoce que el capitalismo es incapaz de crear empleo pleno de manera que se ofrece como solución que toda persona por el hecho de vivir tenga garantizada su reproducción social mediante una renta básica con carácter universal, con lo cual se concretaría el tránsito de trabajadores al de consumidores. La propuesta de la Renta Básica Universal resolvería, sin afectar el funcionamiento del modelo, el problema de la reproducción social de las personas, pero no así al trabajo como derecho humano fundamental.

La tercera respuesta que identificamos, la del trabajo digno, parte de manera visible de los *movimientos sociales altermundistas*,

reunidos desde 2001 en el Foro Social Mundial en Porto Alegre, Brasil; pero también de múltiples iniciativas autónomas alrededor del mundo que buscan revalorar el trabajo a pequeña escala de los campesinos, artesanos y trabajadores independientes como formas de trabajo digno. El dilema que enfrentan muchos de esos movimientos no remite tanto a poder producir, sino a cómo, dónde y a quien vender.

Hace más de 300 años que se viene preconizando la desaparición de los campesinos, sin embargo, no hay señales de que vaya a suceder en la realidad, por otro lado, también encontramos algunos artesanos que se niegan a desaparecer, aunque muchos los consideran un lastre de la historia (Bartra, 1980). En este sentido, se auto organizan o pueden ser apoyados por asociaciones civiles o iglesias para buscar formas más eficientes de persistir. De tal deseo de permanencia surgen varias iniciativas y muchas tienen que ver con los mercados, pues si bien saben y pueden producir, el problema es en qué o cuál mercado se va a comercializar para obtener una retribución digna por el trabajo invertido. Dentro de la estructura del mercado mundial, nacional y regional, los pequeños productores enfrentan como cuello de botella a los esquemas de comercialización; entre otros factores, los problemas de transporte, los intermediarios o coyotes, pero también y, sobre todo, por problemas con la escala de la producción y sobre todo la determinación de los precios.

Los mercados convencionales a los que hacemos referencia — o los compradores— demandan grandes volúmenes y la estandarización de los productos (no se confunda con calidad, pues lo que demandan es forma, color peso, no elementos nutritivos, ni sabor). En el caso de México, el Gobierno, intentó solucionar los escollos que enfrentaban los campesinos para vender sus productos creando empresas comercializadoras paraestatales para productos específicos como el café o el tabaco, y de carácter plural la Comisión Nacional de Subsistencias Populares (CONASUPO) (Bernard, 1992) que, si bien resolvió el programa momentáneamente, en el caso mexicano fue perjudicial a largo plazo pues incrementó la dependencia de los campesinos con respecto de dichas estructuras.

Si bien algunas de las iniciativas impulsadas desde la sociedad civil y desde las iglesias, apostaron a que, con capacitación y organización, sobre todo mediante la constitución de cooperativas, los pequeños productores podrían ingresar a los mercados globales, no tardaron en constatar que como señala Luis López Llera, uno de los pioneros de la sociedad civil organizada en México: los mercados siempre han sido motivo de guerra. Tal constatación condujo a la necesidad de también crear mercados alternativos. Como toda iniciativa

de la sociedad civil, ha transitado por procesos de experimentación, intentos fallidos y también su asimilación a la lógica del capital.

Los primeros intentos por crear mercados alternativos en México llevan más de 40 años y se relacionan con organizaciones surgidas bajo el influjo de la pastoral social primero y luego de las Comunidades Eclesiales de Base, impulsadas por los sacerdotes promotores de la teología de la liberación —Organizaciones autonomizadas y transformadas en sociedad civil como repuesta a la persecución por parte de la jerarquía eclesiástica (Collin, 2012)—. Prueba de la laicización del movimiento es que, una de las primeras redes de comercialización la Red Mexicana de los pobres con dignidad AC, reconoce que antes se llamaba Red de Comercialización desde las Comunidades Eclesiales de Base (REMPRODIG, 2002). Se suman a esta iniciativa la REMECC (Red Mexicana de Comercio Comunitario), REDECOP (Red de Cooperativas), TLALOC- PDP (Promoción del Desarrollo Popular) RELACC (Red Latinoamericana de Comercio Comunitario). Estas experiencias pioneras comienzan a recurrir al concepto de *economía solidaria* y a partir de la década de los 90 del siglo XX realizan experiencias con monedas alternativas o complementarias (Santana, 2008). Si bien todas las organizaciones mencionadas recurren al nombre de red, en la práctica se limitaron a realizar ferias ocasionales en las que reunían a productores con los que tenían vínculos que mantenían la identidad y el sentido de pertenencia, espacios que se pueden caracterizar con más eficiencia simbólica que económica.

Con mayor impacto en el plano económico el *comercio justo* puede reconocerse como un fenómeno transcontinental (Bucolo, 2004). Aparentemente surgió como respuesta a la caída de los precios del café en el mercado mundial, que en el caso de México se agravó por el retiro de Instituto Mexicano del Café. En este país, el movimiento comenzó con el café y su transición a ser orgánico para acceder a un nicho de mercado ecologista o interesado en la salud de personas que rechazan los fertilizantes y, fue progresivamente incorporando otros productos también orgánicos, naturales e inclusive artesanales, producidos en comunidades de países periféricos o subdesarrollados.

El modelo, que surge de la iniciativa de un sacerdote y se liga a organizaciones vinculadas con distintas iglesias, tiene raíces más caritativas y filantrópicas que solidarias ya que propone que los consumidores de los países ricos ayuden a los pobres, en ocasiones, hasta bajo condiciones xenofóbicas en tanto recurren al argumento que de esa manera los productores pueden quedarse en su tierra y no migrar a Europa. En términos económicos no se aleja de las propuestas capitalistas en tanto estimula la producción de mercancías, el fomento



del monocultivo y recurre a la idea de un valor agregado además de un *plus* de exclusividad o exotismo que permita acceder a nichos o *yacimientos de mercado* dispuestos a pagar un precio mayor por motivos de conciencia.

Desde la situación de los productores significa la dependencia de un mercado externo y lejano, no se altera la idea moderna de aumentar la producción de mercancías para la venta —en detrimento de la autoproducción para el autoconsumo—, y luego comprar los bienes necesarios para satisfacer necesidades. El comercio justo se hace agua, después de un espectacular crecimiento, con la crisis en Europa del 2009 cuando algunos de los otrora países ricos se transformaron en países en vías de subdesarrollo y el desempleo cundió extensivamente.

La dependencia de estos emprendimientos o proyectos con respecto a los compradores, solidarios o no, los vuelve frágiles, volátiles, y vulnerables a las condiciones del mercado, tal como se evidenció en la crisis del café que arruinó a miles de pequeños productores a lo largo del mundo. El *comercio justo*, que efectivamente encontró un nicho de mercado, supuestamente surgido para apoyar a los productores de café y posteriormente ampliado a más grupos, generó un nicho de empleo para certificadores e intermediarios (Collin, 2012). Esto hizo que los productores no solo enfrenten el costo de la certificación, sino que aun así sigue amarrado a las oscilaciones de los precios internacionales. La situación se agudiza en este momento, con la pandemia, cuando cientos de productores de miel y café no encuentran compradores.

Pero, el problema no radica en la existencia o no de un sector denominado *comercio justo* sino en la orientación de los proyectos que proveen los productos al mismo. Si en los lugares de origen se promueven sistemas productivos diversificados y el producto exportable constituye solo uno más de los productos, y por tanto el ingreso derivado de su venta un complemento, se puede estar hablando de un proyecto orientado a la satisfacción de las necesidades vitales, por el contrario, la producción para la venta en los mercados de comercio justo estimula el monocultivo y la dependencia del ingreso exclusivamente, no lo es. El tránsito al monocultivo convirtió a los campesinos en dependientes del mercado, y su reproducción de la obtención de dinero, empobreciéndolos (Esteva y Barkin, 1980).

Apostar a la venta de un producto, aunque sea en los canales del comercio justo, mantiene la dependencia con respecto del mercado y por tanto la vulnerabilidad de los campesinos. Algunas organizaciones, como la Tosepan Titataniske, al percatarse de la relación de dependencia con respecto del mercado, están comenzando a plantearse la necesidad de un proceso de reconversión (Zárate

Hernández, 2011), hacia la diversificación productiva, que parta de priorizar la atención de las necesidades de consumo de sus socios, en segundo lugar, el intercambio a nivel regional, para disminuir su dependencia con respecto a la exportación de café. Se proponen garantizar el autoconsumo con la generación de trabajo local a partir de una mayor diversidad productiva, la creación de redes solidarias y de formación continua en pro de la mejora de la calidad de vida de la población local y una progresiva expansión local (Gutierrez Hermosillo, 2011)

Con el nuevo siglo y milenio comenzaron a surgir en muchas partes del mundo los *mercados alternativos, orgánicos y naturales* (Roldán Rueda, et al; 2016). Algunos vinculados a la economía solidaria, otros no tanto mientras que los motivos de su creación pueden recurrir a diferentes argumentos que incluyen: el tema orgánico y luego agroecológico que enfatiza el problema ecológico relativo al uso de agroquímicos, la recuperación de conocimientos ancestrales como parte de los movimientos de revalorización de la identidad enmarcados en los discursos de-coloniales, la necesidad de recuperar la soberanía alimentaria, o en términos más generales, por la catástrofe ecológica que el modelo industrial está generando. Desde el lado de los consumidores muchos aducen motivos alimentarios y de salud, pero tampoco pueden desecharse los argumentos de tipo *Gourmet* relacionados con el sabor, la variedad, las tradiciones culturales ni tampoco, por lo menos en el caso de México, el de recuperar la dimensión festiva y convivencial del tianguis.

Todos estos argumentos mantienen la separación entre productores por un lado y consumidores por el otro, cada cual, con sus motivos en este caso confluentes, es por ello que los presentamos como parcialmente válidos. Pensándolos como esquema económico, la idea apunta a proporcionar formas de trabajo dignas a personas desplazadas o que no quieren integrarse a los mercados globales y que en este artículo interpretamos como la reconstrucción de economías locales, diversas e interdependientes conjuntando producción agropecuaria, agroecológica o al menos natural, en tanto se encuentran en situación de tránsito, con productos transformados y productos artesanales. Mercados que constituyan una opción de trabajo que recuperen capacidades productivas, hoy avasalladas por el modelo industrial capitalista (Roldán Rueda, et al., 2016).

Prácticamente todos los mercados alternativos apelan a la conciencia: la conciencia ecológica, la social, cultural o hasta estética. Pretenden ser algo más que un espacio de venta o de intercambio y crear una comunidad de coproductores, de prosumidores (De Sanzo y Covas, 1998), o simplemente de consumidores y productores que se rige por

otras normas, que incluyen la equivalencia, en vez del precio, la reciprocidad y la posibilidad del intercambio no monetario. El análisis de los mercados orgánicos formulado, por Roldán Rueda, Santana, Gracia y Horbath así lo consigna:

Del trabajo realizado emergen cuatro aspectos que permiten sintetizarlo y ofrecer reflexiones finales. El primero tiene que ver con la producción y el consumo como prácticas que contribuyen a gestar procesos colectivos de toma de decisiones. El segundo, la posibilidad de explorar otras formas de intercambiar; el tercero con la articulación con otras propuestas que permiten el diálogo y la retroalimentación y, por último, la formación de identidades con valores y principios que cuestionan prácticas y lógicas hegemónicas (Roldán Rueda, *et al.*, 2016, p. 14).

A los cuatro aspectos mencionados, habría que agregar, que en su mayoría producen para el consumo y venden el excedente, y que en ese sentido no producen mercancías, sino bienes, que pretenden conservar la escala reducida, y el trabajo asociativo, no asalariado. En síntesis, de manera manifiesta o implícita apuestan a otra economía, de baja escala, local o de proximidad e integrada a los demás aspectos de la vida social. Noción de economía que contradice la misión de generar riqueza, y pareciera coincidir con la definición sustantiva de economía, formulada por Polanyi (2009) en tanto la relación de las personas entre sí y con la naturaleza para satisfacer las necesidades humanas,

Si bien, el impacto de los mercados alternativos sobre el mercado global resulta limitado, las ofertas de este tipo se han multiplicado en el mundo entero. Resulta difícil cuantificarlos pues constituyen el resultado de iniciativas independientes, no responden a un plan centralizado, y muy pocos espacios se encuentran vinculados. Adquieren diferentes modalidades, desde los tianguis convivenciales—donde además de comprar se va a comer— y en ese sentido constituyen un espacio para el ocio realizador y el aprendizaje, hasta los que surten de canastas sin necesidades reunirse.

## **2. La investigación**

Los casi dos años de pandemia que afectan al mundo entero, motivaron transformaciones de la vida cotidiana cuya magnitud aún no se puede conmensurar. El trabajo en casa (*home office*), la educación a distancia, y muchos otros temas suponen modificaciones conductuales

y de consciencia. En el caso que no ocupa, el de los mercados alternativos y con los cuales estamos comprometidos como investigadores, pero sobre todo como militantes convencidos que otro mundo es posible, el primer interrogante remitía a sus procesos de adaptación al tiempo de reclusión, es decir a los procesos de comercio virtual. Pero la pregunta central que afecta este y otros ámbitos —entre ellos el educativo— es *si el comercio virtual contribuye a la creación de mercados realmente alternativos, o si se limita a ser un proceso efectivo de venta sin elementos de economías solidarias*. La segunda posibilidad supondría una nueva forma de subsunción de una iniciativa social de carácter disruptivo, a la lógica del mercado. Una forma más de mediatizar un intento de transformación social.

Debido a las restricciones a la movilidad, para responder a las preguntas planteadas, en cuanto a la forma de adaptación y sus resultados en términos de la búsqueda de una propuesta alternativa al mercado convencional se recurrió a diferentes formas de acceso a los datos, entre ellas, la participación en cuatro talleres de encuentro entre experiencias de mercados en dos regiones, uno presencial en la Ciudad de México, otro presencial en Puebla y dos más virtuales para Jalisco y Michoacán. En el taller de la ciudad de México participaron seis mercados y en el de Puebla ocho—en concurrencia con los de Tlaxcala— mientras que en los virtuales participaron alrededor de 5 mercados más otros tantos productores locales; también, se realizó un encuentro presencial de comercializadores solidarios en Jalisco con la asistencia de alrededor de 8 experiencias. Adicionalmente realizamos cuatro entrevistas telefónicas y dos presenciales, en este caso participaron varios de los integrantes de los mercados. También se tienen como referencia las reuniones periódicas de la red de certificación participativa y de la red de agroecología, en las cuales también se discutió y reflexiono sobre las adaptaciones al trabajo virtual. En todos los casos se trató de respuestas abiertas de carácter cualitativo, pero sobre todo en términos de reflexión y duda de los propios actores. El tratamiento que proporcionamos a los datos recurre a la interpretación, pero comparte el carácter reflexivo, ante la indisoluble relación entre participante y observador.

### **3. El impacto de la pandemia en los mercados**

El tema de la pandemia, aunque fue global, afectó de manera diferente, no solo por las condiciones preexistentes en las regiones sino también en relación con las políticas públicas instrumentadas para contrarrestar la pandemia, En el caso de México, no se presentaron medidas drásticas de restricción a la circulación, ni cierre obligatorio de

comercios, con salvedad de aquellos que supusieran la concurrencia simultánea de muchas personas como restaurantes, cantinas o cines. Aun así, durante la mayor parte del 2020 se paralizó el movimiento de gente y de muchos de los servicios. El cierre de la casi totalidad de las dependencias públicas y de gobierno, así como escuelas y sitios de reunión disminuyó notoriamente la circulación de personas. En tanto no se aplicaron medidas coercitivas el acatamiento al mensaje de *quédate en casa*, presentó características diferentes según zonas, barrios o municipios de las ciudades respectivas. A riesgo de caer en la generalización, se puede señalar que en los barrios y colonias populares se acató menos el *quédate en casa*, así como el uso del cubrebocas, en los primeros meses de la pandemia, situación que fue cambiando a medida que aumentaban las muertes y contagios (Urbina Cortés, y Mora Salas 2021). En un primer momento fue notorio el escepticismo en cuanto a la existencia de la pandemia (Trujillo Pérez, 2020). En las colonias y barrios de clase media, el acatamiento a las restricciones a la circulación fue mayor, en parte por convencimiento, pero también por contar con posibilidades económicas para ello. Las zonas más afectadas por la parálisis de actividades fueron aquellas que el movimiento dependía de población no residente, como alrededor de escuelas, universidades o dependencias de gobierno. En relación con el aprovisionamiento la respuesta presentó el mismo tipo de comportamiento diferentes, mientras en las colonias populares siguieron concurriendo a las tiendas y sobre todo a los mercados públicos, los sectores medios optaron por las compras en línea (Ríos Ruiz, 2020); cuando la tensión bajó subió la concurrencia a supermercados por ser espacios —aparentemente— más controlados sanitariamente.

La pandemia además de ser un fenómeno biológico se construye, en su esencia, de forma social y política; el caso de Jalisco se diferenció de la mayor parte de México. La serie de desencuentros entre el gobernador del estado y el titular del ejecutivo federal llevaron al primero a tomar decisiones contrarias a las del gobierno Federal de forma que, se emitieron decretos con medidas muy estrictas que llevaron al extremo de la muerte de un joven por la brutalidad policial al no portar cubrebocas (Martínez, 2020).

Este desencuentro entre líderes políticos en torno al manejo de la pandemia se hizo claro cuando el Gobierno de Jalisco emitió el 15 de marzo del 2020 un comunicado de prensa titulado *A diferencia de la decisión que tomó el gobierno de México, en Jalisco las clases de educación básica se suspenden a partir del próximo martes 17 de marzo* en el que se expuso el desacuerdo del gobernador con las medidas de la

federación y cómo es que él se deslinda de ellas en aras de asumir responsabilidad.

Las medidas en Jalisco se fueron endureciendo a partir de marzo de 2020 cuando se emitieron los protocolos frente al coronavirus como decreto y se fueron instalando por medio de las secretarías de gobierno en contraste a la gestión mucho más blanda y con menos restricciones del gobierno federal. En este sentido, los llamados del gobernador a quedarse estrictamente en casa y a usar cubrebocas incentivó una lógica policial entre vecinos y de represión por parte de los diversos elementos de seguridad que tendieron a una lógica racista y clasista en contra de personas trabajadoras de las periferias o migrantes.

Paralelamente, las crisis favorecen la concentración de la riqueza en los de arriba (López, 2010) y esta no fue la excepción:

La crisis sanitaria global trae aparejada una profundización de la desigualdad en tres planos: entre estados centrales y periféricos; entre sectores sociales; y entre estados y grandes corporaciones. Es decir, que en todos los niveles los débiles son cada vez más débiles y los fuertes cada vez más fuertes (Valenti Rand, 2020, p. 2).

En materia de la actividad comercial, la afirmación se confirma si se observa el incremento de las ganancias de las cadenas dedicadas a las ventas por internet y la entrega a domicilio de productos, sobre todo Amazon, Uber, mercado libre y otras (Quintana, 2021). Los supermercados que en un primer momento bajaron sus ventas, lograron revertir la situación con campañas publicitarias que los presentaban como espacios más controlados. En un primer momento los mercados alternativos cerraron para posteriormente comenzar procesos de adaptación, y el tránsito supuso casi en todos los casos el uso de medios digitales, para las juntas y reuniones, los encuentros y conversatorios y en relación con los mercados alternativos las ventas en línea. El tránsito al uso de medios virtuales en la vida social, preexiste a la pandemia, pero sin lugar a dudas la pandemia aceleró el proceso.

Con el desarrollo tecnológico digital y advenimiento de la industria 4.0 —explicada más adelante— se desarrollan políticas deliberadas para incorporar componentes de digitalización a las relaciones sociales con el objeto de que sean mediadas por dispositivos que se encuentren dentro del mercado y, a su vez, que las relaciones sociales sean capaces de ser mercantilizadas. La industria 4.0 parte de la noción de la cuarta revolución industrial basada en la digitalización, robotización e inteligencia artificial; con la idea de lograr la plena

automatización de los procesos (Peréz, 2016). Este hecho es palpable a partir del incremento y penetración de teléfonos inteligentes dentro de diversas sociedades alrededor del planeta, así como de la utilización de las redes sociales como Facebook y Twitter. La expansión mundial de la pandemia COVID-19 sirvió como impulsor y acelerador del proceso de digitalización, en este sentido, la comunicación presencial pasó a ser mediada por plataformas como *Zoom* y con ello a tener un costo. Los mismos procesos de compra-venta locales se transformaron fortaleciendo la *uberización* del trabajo, en otras palabras, las nuevas estrategias de flexibilización y precarización laboral asociadas a la industria 4.0 y, al mismo tiempo, se agrandó aún más la brecha entre la producción y el consumo. Las compras en línea van en contrasentido de lo que los partidarios de los mercados alternativos han insistido desde hace décadas, es decir, acercar a los consumidores y a los productores, generar circuitos cortos sin intermediarios, así como unir a la ciudad con el campo, de hecho, el distanciamiento físico y el paro de actividades les afectó de forma que buscaron soluciones al problema, entre ellos, el ingresar a plataformas digitales, este proceso ha colocado debates y tensiones entre los participantes de dichos espacios.

#### **4. Los mercados alternativos y sus adaptaciones**

Jalisco presenta diversidad de experiencias en cuanto a mercados alternativos confrontados con la situación de pandemia, entre ellas nos enfocamos sobre la Feria de Productores en Zapopan, Jalisco, municipio que concentra el desarrollo capitalista del Estado siendo, por ello, uno donde residen sectores sociales de estrato alto, en otras palabras, zonas privilegiadas. La Feria ha llegado a tener dos ubicaciones, la primera en el Club de Leones de Guadalajara, una zona de ingresos medios-altos con acceso a sectores medios, y muy poco acceso a las zonas y habitantes de ingresos medios-bajos y bajos; mientras que la segunda ubicación es la de Rancho la Luna, ubicado en una zona periurbana —sitio de desarrollos inmobiliarios en zonas aledañas— en las inmediaciones entre pueblos de clases bajas, nuevos fraccionamientos de clases medias y zonas exclusivas. Una de las claves fundamentales para la continuidad en el tiempo de la feria ha sido la ubicación geográfica, cercano al nicho del mercado al que desea acceder: personas de ingreso medio-alto y alto.

La Feria de Productores nace de un largo camino recorrido por los fundadores ya que han compartido diversas trincheras semejantes, es decir, la Feria constituye un espacio nacido desde la reflexión y hacer de los productores campesinos en transición agroecológica, personas activistas y las promotoras de redes locales y alimentación sana. Esto

se puede ver en los principios que promueven: la vinculación directa entre el productor y el consumidor; la conservación de la diversidad biológica y recuperación de prácticas bioculturales; así como promoción e implementación de sistemas participativos de calidad y control, tales como el sistema de participativo de garantía.

Los espacios dedicados al comercio se vieron afectados con la crisis sanitaria, particularmente en Jalisco, donde se implementaron medidas sumamente restrictivas ligadas al cierre de los espacios de concurrencia masiva, esta situación hizo que la tendencia de mediatización de las relaciones de comercio a través de plataformas virtuales se acelerara.

Abordando la disputa del sentido de la transición hacia la mediación tecnológica; interesa resaltar el caso de la Feria de Productores, ya que otros comercios de corte convencional que se vieron afectados entraron a la lógica de las plataformas sin cuestionamiento porque les simbolizaba una ventana de oportunidad para mantener sus actividades dentro de la situación coyuntural fomentada por las medidas gubernamentales impuestas. Sin embargo, en el marco del 1er encuentro estatal -Jalisco- de iniciativas de comercio local y redes solidarias de comercialización realizado en noviembre de 2020 en el municipio de El Limón, un productor agroecológico asistente a dicho encuentro al presentarle la opción de ingreso a una plataforma virtual de comercialización solidaria señaló lo siguiente:

Esta parte pues a lo mejor les parezca una maravilla tener todo esto pero a mí como productor no sería funcional, para mí lo mejor es ir al mercado cada semana, llevarle, platicar directamente con el consumidor, platicar con el consumidor qué es lo que estoy llevando, qué le voy a traer la semana que entra, y tal vez, a según porque esta semana me puede caer una helada, una tormenta y no va a llegar finalmente a la mesa y eso lo entiende más fácil y lo puedes tú expresar al consumidor y de esta manera no [plataforma digital] es más no va a saber, la gente se va a quedar: ¿bueno por qué? entonces el trato entre el consumidor y el productor es lo que hace la venta, es lo que hace la formación, es lo que hace la consciencia, es lo que hace una comunidad, es lo que hace un grupo y gracias a esta oportunidad de estar tratando con el consumidor hemos avanzado en la comercialización desde que iniciamos hasta la fecha y si dejamos este trato directo, amable consciente, formal, educativo, y no solo educativo hablábamos hace rato o ayer de que el mercado no es



solamente ir a comprar, muchas veces el cliente quiere ir a compartirte alguna situación que tiene agobiante y con que le des una sonrisa y digas: no se agüite échele ganas, mire todos estamos en las mismas, con eso despejaste el mundo, despejaste el camino y vamos a darle, es otra cosa y otra dimensión realmente el trabajar directamente con alguien [...], para eso hacemos agricultura orgánica, para estar en contacto con la vida (Comunicación personal con Paye, 2020).

El productor agroecológico del municipio de Ixtlahuacán de los Membrillos, Jalisco argumentó sus razones sobre porque la plataforma virtual no resulta funcional, explicó claramente cómo es que la mediación virtual por parte de la plataforma trunca las relaciones sociales de comprensión, afecto, cooperación, amistad y solidaridad que emergen en los mercados. En efecto, la transacción mercantil es disputada por actores sociales colectivos e individuales que concurren a ese mercado. Se verifica una disputa histórica por parte de la Feria de Productores y de los actores que ahí convergen por los espacios de contacto social, en tanto insertarla en la mediatización de plataforma le restaría su esencia social y de base. En otras palabras, el productor comprende que el proceso de disputa sobre el mercado implica la formación y educación *cara a cara* y que la mediación tecnológica rompe esta lógica. Por otra parte, no sería viable para el campesino agroecológico ya que ahora se le exigiría no solamente saber del proceso de agroecología, sino también ser responsable de la formación y educación de los consumidores, de la comercialización del producto de su trabajo y, ahora, hasta del manejo de la plataforma digital.

En Tlaxcala la organización de los dos mercados alternativos —Tlaxcala y Apizaco— existentes, tiene su origen en organizaciones de raigambre campesina que se asumen partidarias de la agroecología: el grupo Vicente Guerrero y el Centro Campesino para el Desarrollo Sustentable más conocido como *Campesinos*, a los fundadores se suma luego *Tijoca Nemitzli*—abocada a la certificación participativa—. Si bien el foco de la organización gira en torno a la agroecología como técnica productiva y desde el punto de vista del consumidor la salud y la nutrición, también comprenden elementos conceptuales relacionados con lo que podría denominarse otra economía, economía solidaria e inclusive otras epistemologías. En primer lugar, las personas campesinas producen para el autoconsumo y solo comercializan el excedente; en segundo lugar, no aspiran a vender a nichos de mercado de poder adquisitivo alto sino ser accesibles a toda la población. Ambos mercados, en el trascurso de su existencia han estado en espacios

abiertos —el atrio de una iglesia, un parque, y un espacio deportivo— y conservan las características de los tianguis al combinar la venta de productos, con las de comidas y, operar tanto como espacios de recreación y de encuentro.

La respuesta frente al confinamiento producto de la pandemia fueron de dos tipos, por una parte, se creó una red digital de *consumo consciente*, donde se realizaban pedidos en línea para recoger o enviar a domicilio, es decir, una experiencia virtual. La segunda fue por parte del núcleo de los productores que, si bien participaron de la experiencia en línea, se negaron a abandonar la experiencia presencial, solo que, en vez de utilizar el parque al aire libre se refugiaron en un estacionamiento. La red de *consumo consciente* opera con los mismos productores de los mercados alternativos, pero al surgir la iniciativa de una persona ajena a las organizaciones fundadoras se movió con mayor libertad e incorporó a otros productores y consumidores. Si bien la mayoría de los consumidores, al igual que los productores ya participaban en los mercados alternativos, los productores y los consumidores se incrementaron en un 30%. De particular importancia desde el punto de vista comercial fue el acceso a restaurantes que realizan pedidos de mayor magnitud de forma regular.

Los pedidos se realizaban en línea, y presentaba la opción de entrega a domicilio mediante pago de taxi o recoger en un domicilio donde el pedido estaba listo pagando en efectivo o mediante transferencia electrónica. Más complicado resultó el proceso de integración de los pedidos pues no todos los productores disponen de transporte para entrega por lo que se tuvo que desarrollar estrategias mixtas, de puestos de entrega intermedios o envíos de cajas recurriendo al transporte público local.

La organizadora, desde una óptica de mercado convencional, considera que el sistema resulta conveniente a los productores pues no requieren trasladarse al sitio de venta y, a los consumidores, pues no están atados al horario de venta del mercado físico y por la posibilidad de atender la demanda de restaurantes con pedidos mayores, asimismo de conjuntar la oferta mediante diferentes productores.

La visión de los productores que optaron por mantener el mercado presencial difiere de la organizadora de la venta en línea pues consideran que si bien constituye una opción y participan ofertando sus productos por esa vía no permite la relación personalizada entre productores y consumidores e impide la relación convivencial, la degustación de productos preparados y en consecuencia la revalorización de la comida tradicional, es decir, la perspectiva comunicativa y de transformación social.

Para mantenerse en forma presencial los productores del mercado alternativo de Tlaxcala recurrieron a una serie de innovaciones. La primera el lugar, que en vez de ser a la vista se recluyeron dentro de un espacio abierto pero discreto, el interior de un estacionamiento donde pagaron una cuota por el uso, y en el caso de la comida preparada el portal de un domicilio particular. Recurrieron también a los encargos previos mediante el uso de *whatsapp* y teléfono.

Con la disminución de las restricciones a la circulación, los productores regresaron a su lugar de venta original disminuyendo el número de consumidores del sistema de venta en línea, sin embargo, este se mantiene. En el caso de Tlaxcala resulta interesante interpretar como se confrontan los puntos de vista, por una parte la posición de quien crea la plataforma de comercio virtual, una joven con preparación universitaria y que evalúa los resultados desde una perspectiva operativa, enfocada en la venta y; la visión de los productores, que si bien mediante la plataforma tenían un mecanismo para la salida de productos persistieron en conservar el tianguis presencial, así como los consumidores que los siguieron y quienes adujeron la necesidad de la relación presencial. En una palabra, se confrontan una razón práctica y una razón relacional.

En la ciudad de México antes de la pandemia se registraban al menos 14 mercados alternativos. Algunos transitaron a las ventas por pedido, otros cerraron y otros más se crearon recurriendo a pedidos y ventas en línea. La experiencia que entrevistamos es la *Feria Multitrucke Mixiuca*, se trata de una experiencia pionera cuyos antecedentes en la organización de ferias se remonta a los años noventa con la característica de impulsar el uso de monedas complementarias (Santana, 2008). Las primeras experiencias no contaron con una localización fija realizándose de manera itinerante, años después lograron ubicarse en la localidad de la Magdalena *Mixhiuca* para luego volver al sistema itinerante, hecho que dificultó establecer una relación localizada entre consumidores y productores, por lo que la comunidad estaba constituida por vínculos fundados en la convicción ideológica. Las ferias combinaban el intercambio de productos, con actividades culturales y talleres de capacitación orientados a establecer relaciones de reciprocidad, entre *prosumidores*, mediante el uso de monedas complementarias.

Durante el confinamiento de la pandemia recurrieron a los pedidos en línea, logrando incorporar tanto nuevos productores como consumidores, así como la diversificación de la oferta pero enfrentando también severos problemas organizativos. Los problemas se relacionan con la magnitud de la ciudad de México, con dificultades para acceder a productos agrícolas, las distancias para el traslado, y la carencia de

medios de transporte privados, y tener que recurrir al transporte público con los peligros que implica de contagio en tiempos de pandemia.

Con la disminución de las condiciones de reclusión volvieron a abrir la feria presencial, *necesitábamos la feria* sostienen los tianguistas, y retornaron a un espacio localizado —en la que ya estaban trabajando antes de la pandemia—. La opción en este caso fue separar la venta en línea de la presencial sin dividirse: por una parte, la feria *Mixhiuca* que maneja la moneda homónima donde se practican los intercambios entre prosumidores sin recurrir al dinero convencional, se mantienen las actividades convivenciales, artísticas y de reflexión, es decir un espacio formativo y prefigurativo de práctica de *otra economía*. La versión de ventas en línea la consideran una red de consumidores que, si bien también manejan una moneda complementaria, el *e-común*, supone una modalidad mixta pues el 80 % del valor del producto se maneja en moneda convencional, y el 20% en moneda complementaria. Dentro de los talleres realizados los impulsores de la red consideran que la pandemia ayudó, pues generó interés por los intercambios por vías alternativas, interés que decayó posteriormente por los efectos psicológicos derivados de las muertes y enfrentarse a la enfermedad, pero no colaboró a generar consumidores conscientes y solidarios a los que *verles la cara* por lo que se pierde los procesos de transición hacia nuevas subjetividades.

## 5. Reflexionando con los actores

La comercialización en línea mediante medios digitales sin duda ha resultado efectiva en términos de ventas, constituye una opción para la venta de productos en tanto mercancías, pero persisten las dudas en cuanto a su capacidad para recrear relaciones sociales.

Desde los casos expuestos, la Feria de Productores de Jalisco, los mercados alternativos de Tlaxcala y la Feria Mixhiuca de la Ciudad de México se abren interrogantes ante el escenario de transición hacia la mediatización de las relaciones sociales por las plataformas digitales. Josefina Cendejas (2020) sostiene que es posible una apropiación socio técnica e innovación para la economía social capaz de instrumentar sistemas tecnológicos sociales con efectos tales como la generación de relaciones económico-productivas inclusivas; acceso a bienes más allá de las restricciones del salario; y, creación de empleo más allá de las restricciones de la demanda laboral. No obstante, si partimos del análisis y reflexión de los datos expuestos de los casos concretos lo sostenido por la investigadora no es constatable, al contrario, el resultado es el de la *mutilación de la sociabilidad*. Consideramos pues que para poder analizar la transición hacia la mediatización de las

relaciones sociales por la digitalización necesitamos partir del análisis de los casos concretos.

Cuando se pretende cambiar el mundo, romper con una forma de pensar, con una lógica transformada en *habitus*, es decir en reacciones automáticas, no pensadas (Bourdieu, 1987), como la preferencia de los productos industriales en tanto símbolo de estatus, resulta indispensable apelar a la conciencia, a la formación de una *subjetividad solidaria* (Aguilar y Montoya, 2022). Los mercados constituyen sin duda una arena de conflicto que se traduce en disputas por los mercados que comprende diferentes dimensiones: jurídica, económica, de colocación de precios, pero también ideológica —como saben perfectamente los mercadólogos—, y sus técnicas de manipulación de las preferencias.

La creación de mercados alternativos se debate y combate en todos los ámbitos. Uno de los centrales remite a la transformación de las preferencias y esto atañe tanto al gusto como a la conciencia. De ahí las denominaciones como *consumo consciente*, *consumo responsable*, referencia a los *prosumidores* (De Sanzo & Covas, 1998) o *coproductores* (Slow food, 2021), *que suponen un sistema de relaciones y una propuesta política*. Los entrevistados de los mercados alternativos explorados refieren a ese cambio de mentalidad. Cuando hacen alusión a la conciencia, incluyen múltiples dimensiones, por un lado lo concerniente a la agroecología, que supone productos sanos, libres de agrotóxicos, pero que no se limita a una técnica sino que implica un concepto de vida, o la agroecología como forma de vida e implica la producción a pequeña escala, orientada a la satisfacción de las necesidades de consumo, donde solo se vende el excedente, a diferencia de la producción orgánica, que se limita a los factores técnicos y se incorporó sin dificultades a los mercados de exportación y de la agroindustria a gran escala. La agroecología, a diferencia de la producción orgánica rechaza el monocultivo y se pronuncia por la diversidad biocultural. Implica el vínculo directo entre productores y consumidores, esto supone la opción por la permanencia de los pequeños productores, e implica una visión diferente de la economía que prioriza la producción a pequeña escala y la lógica reproductiva (vía campesina, 2017). Retomar la pequeña escala y el trabajo campesino y artesanal supone multiplicar las fuentes de trabajo. A nivel macro supone reconocer que la producción industrial a gran escala compromete la sobrevivencia de los seres humanos en la tierra, admitir la relación de lo que se consume con el calentamiento global.

Íntimamente relacionada con los principios agroecológicos, que en todo momento rescatan los saberes y ciencias campesinas se encuentran los factores vinculados con la revaloración de las

identidades ya sean como campesinos, pueblos originarios, o simplemente como productores alternativos, al tiempo que la construcción de una identidad compartida entre consumidores y productores. Identidad vinculada, sin duda a la cultura alimentaria, que ya sea revalorando la cocina tradicional y sus ingredientes o innovando y creando nuevos platillos con viejos ingredientes considera a la alimentación un hecho social, cultural, simbólico y vital y en consecuencia se opone a la estandarización globalizada del *fastfood*.

Todos estos aspectos vinculados a la reflexión y la consciencia quedan desdibujados cuando las transacciones se realizan de manera virtual, que no solo suprime el trato entre personas, sino que impide el uso de los sentidos, sobre todo, el del gusto y la experimentación.

Desde un abordaje al mismo tiempo práctico que teórico otro de los problemas detectados en el tránsito al comercio electrónico refiere a los conceptos de venta y precio y el cuestionamiento de su pertinencia en el marco de las relaciones que se esperan o pretenden en los mercados alternativos. La relación de venta de mercancías a través de un precio supone una transacción cerrada, un intercambio que queda saldado al momento del pago del precio del producto. Se trata de una operación despersonalizada, no necesariamente entre humanos, y que, en el contexto mencionado de la virtualización, puede prescindir de la presencia humana. Por su parte, el precio, en los mercados convencionales suele responder al costo de producción de los productores más eficientes, en el caso de los productos agrícolas la relación es entre el costo de producción: insumos más trabajo, y el rendimiento obtenido, en perjuicio de los que llaman productores menos eficientes, a los que logran desplazar del mercado.

Ambos conceptos: el de venta como transacción que se salda y concluye al momento del pago y el de precio vinculado a la noción de productividad responden a la lógica de la reproducción ampliada del capital, propia de la *circulación mercantil capitalista*. Los mercados alternativos pretenden responder a otras lógicas y requieren por tanto de otros conceptos, como los de *don*, *reciprocidad* y *equivalencia*. La aspiración de los mercados alternativos se orienta a la recuperación de la dimensión social del intercambio y la recuperación del don (Mauss, 1979), en tanto la triple obligación de dar, aceptar y devolver, que involucra a los participantes en una relación que no concluye en el momento del pago. Por su parte la equivalencia a diferencia del precio constituye un acuerdo entre partes son los actores los que definen que es equivalente a que, equivalencia que puede materializarse entre productos: trueque: o recurrir a un medio de intercambio, ya sea la moneda convencional o las complementarias.

## **6. Reflexiones finales**

Las reflexiones finales aquí presentadas incorporan las aportaciones de los productores y participantes en los mercados alternativos. La mayoría de los participantes coincidieron en reconocer que los mercados alternativos no se limitan a un espacio de intercambio de bienes y servicios, sino que incluyen una dimensión transformadora de las formas de vida, de producción y de consumo, misión que difícilmente se logra por medios impersonales como los electrónicos.

El capitalismo y mucho menos su versión neoliberal, resultan incapaces de encontrar una respuesta al problema del trabajo, ni el ecológico es decir de ofertar trabajo asalariado que garantice la reproducción social de los trabajadores y de sus familias. Es decir que el capitalismo perdió la capacidad de reproducción social, y por tanto de constituir una opción para toda la sociedad. Las maquinas, que en un primer momento simplificaron el proceso de trabajo, se volvieron contra los hombres, no solo al imponerles su lógica, su ritmo y sus *habitus* de orden y productividad, también se convirtieron en destructoras del trabajo humano. Es decir, nos encontramos en uno de esos momentos en que el desarrollo de las fuerzas productivas materiales entra en contradicción con las relaciones sociales, un momento revolucionario.

A esta predicción marxista se suma otro problema que el capitalismo es incapaz de resolver: el del calentamiento global y la posibilidad del colapso ambiental y la extinción de especies entre ellas el género humano. Frente a estas dos amenazas, la ambiental y la de la reproducción social de los seres humanos vale preguntarse si el tránsito futuro necesario se resuelve con la socialización de los medios de producción pero que deje intacto el sistema industrial de producción a gran escala, o si lo que hay que plantearse es la reformulación de las condiciones sociales y técnicas de la producción mediante la reducción de la escala, para retomar la escala humana del metabolismo social y ambiental.

La reducción de la escala de producción que pasa por la descentralización de las actividades productivas, la revalorización del trabajo artesanal y campesino, en economías locales, diversificadas e interdependientes. Para lograr tal transformación, no basta con generar mercado para los productos artesanales o campesinos, se requieren subjetividades renovadas basadas en relaciones de reciprocidad entre los seres humanos y con la naturaleza.

## Referencias

- Aguilar, E. y Montoya, M. (2022). ‘Subjetividades solidarias: condición necesaria para la solidaridad económica’ en Amalia Gracia (Coord.) *Prácticas agroalimentarias locales, populares y solidarias en México*. Morelia: ECOSUR/UMSMH (En prensa).
- Antunes, R. (2000). La centralidad del trabajo hoy. *Papeles de población V 6 N 25*, 83-99.
- Bartra, R. (1980). Los campesinos: una extinción imposible en marcha permanente. *Antropología y Marxismo 2*, 9-18.
- Basile, G. (2019). *Estudio caracterización del Complejo Médico Industrial Farmacéutico Financiero hoy : fusiones multinacionales, concentración económica e impacto en el acceso a los medicamentos y destrucción de fuentes de trabajo en el sector*. Buenos Aires: CLACSO.
- Bernard, C. y. (1992). La seguridad alimentaria en zonas de plantaciones de café. Intervención estatal y estrategias campesinas. *Agriucultura y sociedad N 62*, 9-31.
- Bourdieu, P. (1987). *Cosas dichas*. Barcelona: Gedisa.
- Bucolo, E. (2004). El comercio justo, una red cívica de alcance internacional. En J.-L. Laville, *Economía Social y Solidaria. na visión europea* (págs. 99-109). Buenos Aires: Ed. Altamira.
- Bustelo, P. (2003). Desarrollo económico: del Consenso al Post-Consenso de Washington y más allá. En *Estudios en homenaje al profesor Francisco Bustelo* (págs. 741-756). Madrid: Editorial Complutense.
- Cendejas, J. (15 de 09 de 2020). *Conferencia Apropiación sociotécnica e innovación para la economía social: Un enfoque emancipatorio*. . Obtenido de Ibero Puebla: YouTube. <https://youtu.be/5QuDgEBIaGY>
- Collin, L. (2012). *Economía Solidaria ¿Capitalismo moralizado o movimiento contracultural?* Tlaxcala: El Colegio de Tlaxcala.
- Collin, L. (2013). Medicina macdonalizada o la macdonalización de la práctica médica. *Scripta Ethnologica Vol XXV*, 31-54.
- De la Garza, E. (2000). *Tratado latinoamericano de Sociología del Trabajo*. México: FCE.
- De Sanzo, C., & Covas, H. y. (1998). *Reinventando el mercado, La experiencia de la Red Global de Trueque en Argentina*. Buenos Aires: Ediciones del Programa de Autosuficiencia Regional .
- Esteva, G. y Barkin. (1980). *La batalla del México rural*. México: Siglo XXI Editores.
- Gobierno de Jalisco, (15 de marzo de 2020). *A diferencia de la decisión que tomó el gobierno de México, en Jalisco las clases en educación básica se suspenden a partir del próximo martes 17 de marzo*. <https://www.jalisco.gob.mx/es/prensa/noticias/102604>
- Gutierrez Hermosillo, F. (2011). Observatorio de soberanía alimentaria y agroecología. *Osala*, Obtenido de OSALA: [http://www.osala-agroecologia.org/IMG/pdf/Ficha\\_Final\\_Gutierrez-Hermosillo\\_Tosepan\\_Titatanise](http://www.osala-agroecologia.org/IMG/pdf/Ficha_Final_Gutierrez-Hermosillo_Tosepan_Titatanise).
- Ilich, I. (2000). *Obras Reunidas*. México: FCE.



- Lahera Sánchez, A. (2019). Digitalización, robotización, trabajo y vida: cartografías, debates y prácticas. *Cuadernos de relaciones laborales*, <https://revistas.ucm.es/index.php/CRLA/article/view/66037>.
- López, R. (2010). Crisis económicas mundiales, escasez de recursos ambientales y concentración de la riqueza. *Revista CEPAL N° 102*, [https://www.cepal.org/sites/default/files/gi/files/hoja\\_lopez\\_revistacepal102\\_revah\\_mm1.pdf](https://www.cepal.org/sites/default/files/gi/files/hoja_lopez_revistacepal102_revah_mm1.pdf).
- Martínez, J. (4 de junio de 2020). JusticiaParaGiovanni: lo que se sabe del asesinato de se sabe del asesinato de Giovanni López tras arresto. *Milenio*, págs. <https://www.milenio.com/policia/giovanni-lopez-asesinado-jalisco-mexico-cubre bocas>.
- Marx, K. (2014 [1975]). *El capital. Crítica de la economía política. Tomo 1*. México: Siglo XXI Editores.
- Mauss, M. (1979). Ensayo sobre los dones. Motivo y forma del cambio en las sociedades primitivas. En M. Mauss, *Sociología y Antropología*. Madrid: Tecnos.
- Moore Lappe, F. a. (2012). Why can't people feed themselves? *articullo 133*, 188-192.
- Mundt, M. F. (2000). Los límites de la agricultura industrial. \*Hacia un nuevo paradigma? *Polis 122*, 123-146.
- OECD. (March, 2018). *Putting faces to the job at risk of automation*. Obtenido de OECD Better Policies for Better Lives: <https://www.oecd.org/employment/Automation-policy-brief-2018.pdf>
- Peréz, M. J. (2016). Davos y la cuarta revolución industrial. *Nueva Revista 147*, 14-22.
- Polanyi, K. (2006). *La gran Transformación*. México: FCE.
- Polanyi, K. (2009). *El Sustento del Hombre*. Mexico: Capitan Swing.
- Quintana, E. (11 de febrero de 2021). La pandemia dispara el comercio electrónico. *Bloomberg Businessweek*, págs. <https://www.elfinanciero.com.mx/bloomberg-businessweek/la-pandemia-dispara-el-comercio-electronico/>.
- Raventos, D. et al (2014). *Monográfico sobre Renta Básica*. Barcelona: Sin Permiso.
- Rawlings, L. B. (2003). Evaluación del impacto de los programas de de los programas de transferencias condicionadas en efectivo. *Cuadernos de desarrollo humano 10*, 11-32.
- REMPRODIG. (2002). *Economía Solidaria desde los pobres. México*:. Dolores Allende: Impretei.
- Rifkin, J. (1996). *El fin del trabajo* . Buenos Aires: Paidós.
- Ríos Ruiz, A. (2020). Emergencia sanitaria y transacciones electrónica: COVID 19. *Perfiles de las Ciencias Sociales, Volumen 8, Número 15*, 66-82.
- Ritzer, G. (2005). *La Macdonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización en la vida cotidiana*. Barcelona: Ariel.
- Roldán Rueda, et al. (2016). Los mercados alternativos en México como escenarios de construcción social de alternativas. *Polis 43*, URL: <http://polis.revues.org/11768>.

- Rus, C. (28 de enero de 2018). *Así funciona la primera tienda física de Amazon sin cajas y (casi) sin empleados*. Obtenido de XATAKA SELECCIÓN: <https://www.xataka.com/robotica-e-ia/asi-funciona-la-primera-tienda-fisica-de-amazon-sin-cajas-y-casi-sin-empleados>
- Santana, M. E. (2008). *Reinventando el dinero: experiencias de monedas comunitarias*. Guadalajara: CIESAS.
- Slow food. (2021). *Conviértete en un consumidor responsable*. Obtenido de <https://www.slowfood.com/es/implicate/conviertete-en-un-consumidor-responsable/>
- Stampini, M. y. Tornarolli, L. (2012). *Programas de transferencias monetarias condicionadas: ¿han ido demasiado lejos?* Recuperado el 26 de junio de 2016, de BID Protección social: <https://idblegacy.iadb.org/es/temas/proteccion-social/programas-de-transferencias-monetarias-condicionadas-han-ido-demasiado-lejos,7482.html>
- Trujillo Pérez, J. (2020). La vida social del Covid-19. una etnografía del escepticismo y el negacionismo en poblaciones informales de Ciudad de Méxi. *Perifèria: revista de investigación y formación en antropología* 25, 2, 141-153.
- Ullmann, H., Atuesta, B. y Cecchini, M. R. (2021). *Las transferencias monetarias no contributivas*. Santiago : CEPAL / UNICEF.
- Urbina Cortés, G. y Mora Salas, M. (2021). Prácticas y paradojas frente al COVID-19 en sectores populares de la Ciudad de México. *Notas de Población N° 112*, 63-92.
- Valenti Rand, M. (2020). La Pandemia de las desigualdades. *Grupos de trabajo CLACSO*, <https://www.clacso.org/la-pandemia-de-las-desigualdades/>.
- Vélez Vega, J. (2020). La granja industrial, el biopoder y los dispositivos de seguridad. *Revista latinoamericana de estudios criticos animales AÑO VII VOLUMEN*, <https://revistaleca.org/journal/index.php/RLECA/article/view/280/216>.
- Via Campesina. (2017). *¡La agroecología, un modo de vivir, luchar, y resistir contra el capitalismo!* Obtenido de <https://viacampesina.org/es/la-agroecologia-modo-vivir-luchar-resistir-capitalismo/>
- Zárate Hernández, J. E. (2011). Organizaciones y ciudadanía local en dos regiones indígenas de México. *Desacatos, núm. 36*, 113-130.

## Fuentes

- Paye, (2020) Feria de Productores, Jalisco,  
Taller de reflexión mercados alternativos de la Ciudad de México (2020).  
Taller de reflexión mercados alternativos de Puebla y Tlaxcala. (2021)  
1er encuentro estatal -Jalisco- de iniciativas de comercio local y redes solidarias de comercialización realizado (2020)