

Procesos de comunicación desde la perspectiva de soberanía alimentaria en la cadena de producción, distribución y consumo de alimentos orgánicos y agroecológicos en la Organización EcoHuerta Somos Orgánico

Marielly Pino Suárez – Universidad Autónoma de Occidente – marielly_04@hotmail.com

Ángela María Terreros Estupiñan – Universidad Autónoma de Occidente – angelitat1492@hotmail.com

Abstract:

Actualmente, la crisis alimentaria mundial es un tema de principal atención debido a que las prácticas no sanas de la industria alimentaria contribuyen a la destrucción de la vida en el planeta. En este contexto, nace el concepto de soberanía alimentaria como una práctica que busca fomentar la producción, circulación y consumo responsable de alimentos mucho más amigables con el cuerpo humano y el medio ambiente, con el objetivo de contribuir a una sociedad sostenible.

En Colombia, han empezado a surgir iniciativas sobre este tema en las cuales se pueden identificar subjetividades, es decir, posiciones éticas y políticas que resultan necesarias entender y visibilizar para fomentar la consciencia de un entorno sostenible. Para esto, es necesario comprender los procesos de comunicación que se manifiestan en la cadena de producción, circulación y consumo de alimentos.

Keywords: Procesos de comunicación, Soberanía alimentaria, subjetividades, sostenibilidad, comercio justo y consumo responsable.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

1. Introducción

Este proyecto de investigación se inscribe en un tema de actual importancia como lo es la crisis alimentaria mundial y hace parte del proyecto “Soberanía Alimentaria y Comunicación para la sostenibilidad” del Grupo de Investigación en Comunicación de la Universidad Autónoma de Occidente. El objetivo que convoca este trabajo investigativo es comprender los procesos de comunicación desde la perspectiva de soberanía alimentaria que se manifiestan en la cadena de producción, distribución y consumo de productos orgánicos y agroecológico de la organización EcoHuerta Somos Orgánico en la ciudad de Cali.

Para esto, las estudiantes se servirán de una metodología de corte cualitativo con método etnográfico, lo cual permitirá enriquecer la fase 1 del trabajo metodológico del proyecto del Grupo de Investigación en Comunicación, que tiene como objetivo “caracterizar el mapa de agentes que hacen parte de la cadena alimentaria promovida por las prácticas de soberanía alimentaria”.¹

2. Resumen del proyecto de investigación al cual el estudiante se vincula

El proyecto “Soberanía Alimentaria y Comunicación para la Sostenibilidad” desarrollado por un grupo de profesores con la participación del Grupo de Investigación en Comunicación de la Universidad Autónoma de Occidente, resume su trabajo de la siguiente manera:

“Inscrito en un problema central de nuestros tiempos como es el sistema alimentario global, este proyecto pretende intervenir de manera estratégica en la cadena productiva de producción, circulación y consumo de alimentos, desde la perspectiva de la soberanía alimentaria en la ciudad de Cali. Su mayor interés es comprender las subjetividades emergentes y los procesos de comunicación inmersos en experiencias vinculadas a esta cadena productiva. Con la misma importancia, interesa visibilizar, en un

¹ Este objetivo metodológico fue tomado textualmente del proyecto “Soberanía Alimentaria y Comunicación para la sostenibilidad”.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

primer momento, experiencias rurales y urbanas, que desarrollen prácticas de transformación social integradas a la lógica de esta cadena productiva, para propiciar, así, en un segundo momento, un encuentro intercultural de experiencias que reconozcan, en este encadenamiento, prácticas relacionadas con la soberanía alimentaria y estudiar en ellas los procesos de comunicación propios de su constitución. Finalmente, este proyecto se propone, en el nivel de intervención, estimular alianzas entre estas experiencias a través de una estrategia de comunicación para propender por su continuidad y fortalecimiento. Desde esta perspectiva, se estudiarán los mecanismos de interacción, diálogo y apropiación de conocimientos que este encuentro manifieste. Se pretende así mismo organizar una comunidad alrededor del tema que involucre tanto el trabajo de las huertas urbanas como la producción campesina que circula en la ciudad, los intermediarios y consumidores.”²

Desde esta perspectiva el grupo de profesores se pregunta ¿Cuáles son las subjetividades emergentes y los procesos de comunicación inmersos en experiencias vinculadas a la cadena de producción, circulación y consumo de alimentos a partir de las prácticas de soberanía alimentaria para promover su apropiación?

Objetivo general:

Comprender las subjetividades emergentes y los procesos de comunicación inmersos en experiencias vinculadas a la cadena de producción, circulación y consumo de alimentos a partir de las prácticas de soberanía alimentaria para promover su apropiación.

² CALERO CRUZ, Solón Alberto, et al. Soberanía Alimentaria y Comunicación para la Sostenibilidad. Santiago de Cali, 2014. p. 4.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Objetivos específicos:

- Visibilizar experiencias rurales y urbanas, que desarrollen prácticas de transformación social integradas a la lógica de esta la cadena productiva.
- Propiciar un encuentro intercultural de experiencias vinculadas a la cadena de producción, circulación y consumo de alimentos, que reconozcan, en este encadenamiento, prácticas relacionadas con la soberanía alimentaria y estudiar en él los procesos de comunicación propios de su constitución.
- Estimular alianzas entre estas experiencias a través de una estrategia de comunicación para propender por su continuidad y fortalecimiento.

La metodología está diseñada en 3 fases:

1. Caracterizar el mapa de agentes que hacen parte de la cadena alimentaria promovida por las prácticas de soberanía alimentaria.
2. Propiciar encuentros entre los agentes de esta cadena (productores, distribuidores y consumidores) con el fin de fomentar las redes asociativas.
3. Implementar la estrategia de comunicación para mantener e incentivar nuevas alianzas.

2.1 Delimitación del universo de estudio del proyecto de investigación

Entre el 4 y el 6 de septiembre de 2008, en colaboración de GRAIN,³ se celebró el Encuentro Nacional “Crisis Alimentaria en Colombia, Acciones Sociales para la Defensa de la Soberanía y Autonomía Alimentaria” en Bogotá, con la asistencia de miembros de organizaciones campesinas, indígenas, afrocolombianas, urbanas, de mujeres, ambientalistas y no gubernamentales, del cual surgió una Declaración aprobada por 157 organizaciones de base y ONG’S de todo el país donde se reconoce que:

³ La organización internacional GRAIN apoya a campesinos y a movimientos sociales en sus luchas por lograr sistemas alimentarios basados en la biodiversidad y controlados comunitariamente.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

“La crisis alimentaria se manifiesta en Colombia con cifras alarmantes: menos de la mitad de la población del país se encuentra en condiciones de pobreza que impiden el adecuado acceso económico a los alimentos e imponen una crítica situación de hambre a por lo menos 41% de los hogares colombianos... 45% de las mujeres gestantes en Colombia tiene anemia, 58.2% de las familias rurales declara que un niño se acuesta sin comer, y más de 80% de los niños menores de cinco años en varias comunidades indígenas y afrodescendientes sufre desnutrición crónica... Es absurdo que un país como Colombia importe más de ocho millones de toneladas de alimentos, de modo que gran parte de ellos dependen del mercado global... A pesar de ello, las políticas y metas de producción agrícola del gobierno, alentadas por organismos internacionales como el Banco Mundial y el Fondo Monetario Internacional, se concentran en la producción de cultivos para la exportación y la siembra de tres millones de hectáreas para agrocombustibles”.⁴

El país ha acogido el concepto de “seguridad alimentaria”⁵ para referirse al tema anterior de hambre, pobreza y desnutrición, su Política Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional (PSAN) aprobada en el año 2008, según el sociólogo Mauricio Chamorro se encuentra desfasada:

“La seguridad alimentaria en Colombia no supone más que un beneficio a corto plazo, agudizando los procesos de dependencia económica en tanto los agricultores y campesinos se ven supeditados a la compra de insumos agroindustriales y de semillas, e

⁴ Declaración del Encuentro Nacional Crisis Alimentaria en Colombia, Acciones Sociales para la Defensa de la Soberanía y Autonomía Alimentaria [en línea]. Bogotá: GRAIN, 6 de septiembre de 2008 [consultado el 14 de julio de 2016]. Disponible en internet: <https://www.grain.org/es/article/entries/1197-declaracion-del-encuentro-nacional-crisis-alimentaria-en-colombia-acciones-sociales-para-la-defensa-de-la-soberania-y-autonomia-alimentaria>

⁵ Según el CONPES Social 113 de 2008, la Seguridad Alimentaria Nacional se refiere a la disponibilidad suficiente y estable de alimentos, el acceso y el consumo oportuno y permanente de los mismos en cantidad, calidad e inocuidad por parte de todas las personas, bajo condiciones que permitan su adecuada utilización biológica, para llevar una vida saludable y activa.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

igualmente, se estrangulan las economías locales por la imposibilidad de competir con los mercados internacionales”.⁶

La antropóloga Laura Gutiérrez⁷, deja abierto el debate al exponer cómo las semillas transgénicas, las prácticas de dumping⁸ y el monocultivo industrial, dejan a su paso agricultores en situación de pobreza al depender de las semillas de las grandes corporaciones y genera graves impactos en el medio ambiente: ampliación de la frontera agraria -en lugares de gran biodiversidad como el Amazonas- que busca producir a gran escala mientras utiliza tierras que antes no eran aptas para el cultivo y ponen en riesgo las fuentes hídricas, los animales y acelera el calentamiento global.

Ante este panorama, empiezan a surgir preocupaciones colectivas tanto de productores, comercializadores y consumidores de alimentos para contribuir a una sociedad sostenible desde la soberanía alimentaria⁹ que ofrece prácticas mucho más coherentes con las realidades particulares culturales, sociales y económicas de los pueblos, así como mucho más respetables con el medio ambiente. En palabras de Hernández y Desmarais¹⁰ en su texto “Crisis y soberanía alimentaria: Vía Campesina y el tiempo de una idea”, explican que esta alternativa le hace frente a la crisis alimentaria actual a través de la producción local que evita el transporte de alimentos a larga distancia, la agricultura industrializada y mayores perjuicios a la atmósfera.

Desde la perspectiva del sociólogo Boaventura de Sousa Santos, la comunicación es entendida, “como una esfera autónoma que puede identificarse como unidad en las necesidades de una comunidad, en su transcurrir y en sus posibilidades y capacidades de utilización...como un medio

⁶CHAMORRO ROSERO, Mauricio. Desarrollo y crisis alimentaria: el caso de la seguridad alimentaria en Colombia. En Revista CES Derecho. Enero-Junio, 2014, vol. 5, No.1, p. 64.

⁷ GUTIÉRREZ ESCOBAR, Laura María. El proyecto de soberanía alimentaria: construyendo otras economías para el buen vivir. En Otra Economía. Enero-junio, 2011, vol. 5, No 8, p. 62.

⁸ Dumping se entiende como el proceso comercial por el cual se abaratan los costos de un producto para venderlo a un precio ínfimo y eliminar su competencia en el mercado.

⁹ La soberanía alimentaria es definida por la Vía Campesina como el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas agrícolas, pesqueras y alimentarias. Este concepto se profundizará en el marco teórico.

¹⁰ DESMARAIS, Annette Aurélie y HERNÁNDEZ NAVARRO, Luis. Crisis y soberanía alimentaria: Vía Campesina y el tiempo de una idea. En El Cotidiano. Enero-Febrero, 2009, vol. 24, No. 153, p. 94.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

para alcanzar ciertos fines, en este caso los del cambio social¹¹. Esta forma de entender la comunicación, aleja al investigador de su mirada experta y le insta a un lente para conocer, interpretar y generar conocimiento desde la experiencia, le permite caracterizar a los sujetos, entender sus maneras de estar juntos, identificar la presencia y el sentido de relaciones de poder-conocimiento¹² y profundizar en el diálogo intercultural de saberes que apoyado en un lenguaje común entrelaza las labores de fomentar un consumo responsable, cuidar los recursos y garantizar la vida de generaciones futuras.

Para promover la soberanía alimentaria, es necesario describir los procesos de comunicación que se manifiestan en la cadena de producción, circulación y consumo de alimentos, con el objetivo de entenderlos para lograr una apropiación en esta práctica y así fortalecer las interacciones entre los diversos actores sociales que involucra este proceso.

Debido a todo lo anteriormente expuesto, este proyecto de investigación se pregunta: ¿Cómo son los procesos de comunicación desde la perspectiva de soberanía alimentaria que se manifiestan en la cadena de producción, distribución y consumo de alimentos orgánicos y agroecológicos de la organización EcoHuerta Somos Orgánico?

3. Objetivos

3.1 Objetivo general

Comprender los procesos de comunicación desde la perspectiva de soberanía alimentaria que se manifiestan en la cadena de producción, distribución y consumo de alimentos orgánicos y agroecológicos de la organización EcoHuerta Somos Orgánico.

¹¹ SANTOS, Boaventura de Sousa. El milenio huérfano. Ensayos para una nueva cultura política. Madrid: Editorial Trotta, 2005. 374 pp. Citado por: CADAVID BRINGE, Amparo y GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Pensar desde la experiencia: comunicación participativa en el cambio social. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, 2014. p. 30.

¹² Las relaciones de poder-conocimiento se explicarán con mayor profundidad a partir del concepto subjetividades en el marco teórico.

3.2 Objetivos específicos

- Caracterizar los diferentes actores que participan en la cadena de producción, distribución y consumo de alimentos orgánicos y agroecológicos de la organización EcoHuerta Somos Orgánico.
- Identificar el sentido de los discursos que la organización EcoHuerta Somos Orgánico promueve para llegar a sus públicos de interés: consumidores y productores.
- Entender la interacción de los actores implicados en la cadena de producción, distribución y consumo de EcoHuerta Somos Orgánico desde sus subjetividades.

6. Marcos de referencia

6.1 Marco contextual¹³

Esta pasantía de investigación se desarrollará en la organización EcoHuerta Somos Orgánico ubicada en la Carrera 35A No, 4B-61 del Barrio San Fernando de la ciudad de Cali, Colombia. Desde su fundación en el año 2014, la organización se dedicó a la comercialización de alimentos orgánicos y agroecológicos a través del fomento de la agricultura orgánica y figuró como una S.A.S. que cuenta con seis accionistas de los cuales tres se encargan de los procesos administrativos de la compañía.

EcoHuerta Somos Orgánico tienen un modelo de negocio adoptado de Alemania que funciona como tienda online, al entrar a la página web de la organización se puede ingresar en un clic al software que permite realizar los pedidos de alimentos orgánicos y agroecológicos. Conviene explicar que los consumidores frecuentes de la organización tienen un código de cliente y contraseña, pero los interesados potenciales pueden acceder al portal como invitados y una vez realicen su primer pedido se les asignará un código y contraseña.

¹³ La información referida en este punto fue extraída de la página web de la organización donde se declara su razón de ser. Si desea ampliar esta información diríjase a <http://www.ecohuerta.com.co/>

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Los consumidores de la organización realizan semanalmente su pedido virtual los días viernes y sábados para recibir los alimentos en sus casas los martes. Para quienes no piden servicio a domicilio, la organización abre las puertas de su local en el barrio San Fernando de Cali. Así, EcoHuerta Somos Orgánico solo distribuye alimentos los días martes y funciona por pedidos previos.

Misión:

- Crear un vínculo entre el campo y la ciudad.
- Facilitar a las personas que viven en la ciudad alimentos orgánicos de máxima calidad.
- Facilitar a los productores orgánicos el acceso a un mercado bajo los principios de un mercadeo justo.
- Fomentar la producción orgánica, respetando la naturaleza y el medio ambiente.

Visión:

Organización líder en la producción y comercialización de productos orgánicos, garantizándole a nuestros consumidores alimentos de la más alta calidad posible, alimentos premium.

Valores:

- **Respeto:** valorar la vida no solo de nuestra especie, sino de toda la creación.
- **Dignidad:** toda criatura ocupa un lugar en la cadena de la vida y merece un trato digno.
- **Responsabilidad:** asumimos la responsabilidad sobre nosotros mismos y nuestras obras.
- **Compromiso:** nuestro quehacer enaltece la interacción social y fomenta la armonía con el entorno.
- **Cooperación:** inclusión y valoración de cada persona vinculada a esta cadena.
- **Justicia:** reconocimiento del otro y equidad en el trato y la relación.

- **Transparencia:** interrelaciones claras que permitan construir y crear confianza.

Los productos orgánicos y agroecológicos que ofrece la organización se agrupan en las siguientes categorías: verduras, hortalizas y aromáticas, frutas, pollo y huevos, salsas, conservas y aderezos, lácteos y bebidas, pan, arepas, pastelería y pastas, abarrotos, café, té y chocolates, granos, cereales y harinas, azúcar, miel y endulzantes y vegetarianos.

Como ya se ha explicado anteriormente, este trabajo de investigación requiere intervenir, no solo en el proceso de distribución del cual se encarga EcoHuerta Somos Orgánico, sino en los demás componentes del encadenamiento que equivalen a la producción y el consumo, que en este caso serán los proveedores y consumidores finales de la organización.

Para ello, conviene explicar que en este trabajo investigativo se seleccionaron dos actores sociales en calidad de proveedores de EcoHuerta Somos Orgánico, quienes cultivan diversidad de alimentos y trabajan con la organización desde su fundación. Finalmente, se seleccionaron cinco consumidores finales de diferentes profesiones y ocupaciones, algunos de ellos participan en EcoHuerta Somos Orgánico desde su creación y otros son sujetos que sólo llevan algunos meses en la misma.

6.2 Marco teórico

Procesos de comunicación en la búsqueda de transformaciones sociales

Mohan J. Dutta¹⁴ en su texto *Decolonizing Communication for Social Change: A Culture-Centered Approach*, expone cómo la comunicación deja de ser un agente pasivo para convertirse en un verdadero gestor de cambio. Interesada por la realidad social que viven millones de personas, facilita un diálogo que devuelve la voz y empodera a todos aquellos que han sido marginados por los

¹⁴ DUTTA, Mohan J. *Decolonizing Communication for Social Change: A Culture-Centered Approach*. En *Communication Theory*. 2015, vol. 25, No. 25, p. 123-143.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

discursos capitalistas de “bienestar”¹⁵ contruidos desde esferas poco cercanas a la realidad con la pretensión única de esconder las verdaderas disparidades mundiales que promueven la desigualdad y traen consigo la pobreza, la crisis alimentaria y la violencia en los sectores más pobres.

El autor hace énfasis en el enfoque especial que debe tener la comunicación en la cultura y la participación, no para anclar de nuevo las ideas e intereses modernizantes de las élites política, comercial y religiosa, sino, para hacerle resistencia al paradigma dominante de desarrollo que ha dejado tanta inequidad. Este nuevo modo de ver la comunicación, la convierte en un escenario dinámico de articulación, donde se escuchan y se toman en consideración los conocimientos, prácticas y opiniones de todos los actores, se construye ciudadanía, se democratiza la interacción a la par que se ponen en reevaluación y debate las estrategias y marcos generales del desarrollo que han tomado a la comunicación como un instrumento de propagación, opresión y control de actitudes-creencias, sin tener en cuenta como diría Gumucio: “la fuerza y la capacidad que tiene lo comunicativo desde la gente, capacidad que ya se visibiliza en la sociedad”.¹⁶

En esta perspectiva más holística, la comunicación para el cambio social será entendida, como un proceso de producción, circulación y apropiación de sentidos sociales que hace parte de la historia de vida y condiciones particulares de cada individuo¹⁷, quienes a través de sus prácticas y sus participaciones reflejan las construcciones propias que hacen del mundo.

¹⁵ La palabra bienestar se encuentra entre comillas para hacer alusión a los proyectos de desarrollo que, según Dutta, lideran los grandes organismos internacionales que están desfasados a la realidad y que si bien promulgan un tipo de desarrollo, éste es entendido como una manera de acogerse a las directrices neoliberales y capitalistas, mas no como un proceso de empoderamiento donde los actores deciden y construyen su propio bienestar.

¹⁶ CADAVID BRINGE, Amparo y GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Pensar desde la experiencia: comunicación participativa en el cambio social. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, 2014. p. 40.

¹⁷ Esta reflexión se expone en el proyecto “Soberanía Alimentaria y Comunicación para la Sostenibilidad”.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

En el proyecto de “Soberanía Alimentaria y Comunicación para la Sostenibilidad” se cita a la comunicadora social Carmen Cecilia Rivera¹⁸ con su proyecto de investigación doctoral titulado “Por los bordes del conocimiento”, que muestra aspectos de la comunicación que no deben pasarse por alto al trabajar problemáticas como las que se propone abordar este trabajo. La autora presenta una visión pragmática de la comunicación, en la que todas las voces de los actores sociales son escuchadas, pues es la interlocución abierta y el intercambio de conocimientos tradicionales y emergentes, la que genera un diálogo enriquecido de saberes donde surjan nuevas maneras de conocer el universo.

La autora también expone la necesidad que tiene la comunicación de poner a circular experiencias que tienen origen en los modelos de abajo hacia arriba, que plantean alternativas o soluciones a diversas problemáticas sociales que, por su poca visibilización y falta de poder ante otros grupos, no han podido ser parte de procesos de transformación o de cambio de mayor tamaño. Este pensamiento se complementa con lo que Rivera expone en su artículo “La comunicación de la agroecología: entre el eufemismo y la esperanza”:

“Es precisamente la interlocución el lugar vigilante de la comunicación. Ésta debe reconocerse como situada, diversa y fluida, por lo tanto la tarea consiste no solamente en estimular los intercambios entre investigadores y campesinos sino también en fortalecer las relaciones que cada uno de ellos tejen entre sí. La aplicación de esquemas, de métodos, de modelos comunicativos, nunca será suficiente en sí misma. En el encuentro se establece un tacto que implica ejercitarse en la apertura al otro. Los gestos y las palabras recuperan todo su sentido como indicadores de los rumbos que la conversación sugiere toda vez que la presencia del otro obliga siempre al mutuo descubrimiento”.¹⁹

¹⁸ RIVERA GÓMEZ, Carmen Cecilia. Por los bordes del conocimiento. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2014. 467 p. Citado por: CALERO CRUZ, Solón Alberto, *et al.* Soberanía Alimentaria y Comunicación para la Sostenibilidad. Santiago de Cali, 2014. Pág. 10.

¹⁹ RIVERA GÓMEZ, Carmen Cecilia. La comunicación de la agroecología: entre el eufemismo y la esperanza. En Revista FELAFACS Diálogos de la comunicación. Julio-diciembre, 2014, No. 89, p. 11.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

El libro “Pensar desde la experiencia: Comunicación participativa en el cambio social”, presenta la evolución que ha tenido el pensamiento comunicativo, sus teorías y prácticas; basa sus aportes en la investigación y resalta la necesidad de recopilar experiencias de cambio social que toman lugar en diversos rincones del planeta.

“Esta necesidad de mirar con microscopio la realidad para ver en ella la densidad del tejido social y la actividad comunicativa que allí se origina para transformarla buscando mejores condiciones de vida, participación, incidencia en la vida política y social, promoviendo identidades y raíces...La necesidad de hacerse visibles para mostrar lo que es, lograr reconocimiento y así legitimidad, se dispara como una explosión contenida de siglos y así, lograr consideradas experiencias que cuentan en los destinos de una sociedad.”²⁰

Es así como esta propuesta de investigación se acoge a esta iniciativa de entender la comunicación como un proceso de transformación de la sociedad, que solo se comprende desde la praxis y no desde teorías desarrollistas alejadas que carecen de conexión con la realidad.

A continuación, se expone la soberanía alimentaria que surge de la reflexión profunda de quienes desde la oscuridad y la distancia (marginalidad) han luchado por mantener y conquistar espacios que les permitan exponer sus organizaciones e imaginarios de mundo.

Soberanía alimentaria, una práctica colectiva

Diversos autores, -como Breno Bringel, Frank Brassel y Laura M. Gutiérrez- coinciden en que el concepto de soberanía alimentaria lo nombró por primera vez el movimiento La Vía Campesina, el cual “...es un movimiento creciente de organizaciones de campesinos, pequeños y medianos productores, trabajadores agrícolas, mujeres rurales y pueblos indígenas de todas las

²⁰ CADAVID BRINGE, Amparo y GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Op. Cit., p. 50.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

regiones del mundo",²¹ "que defiende la economía campesina, la soberanía alimentaria, los mercados locales de alimentos, el enfriamiento del planeta y la agricultura ecológica".²²

En el año 1996 en la Cumbre Mundial de la Alimentación de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), La Vía campesina propuso el término de soberanía alimentaria con el fin de criticar la idea de "seguridad alimentaria", pues este movimiento afirmó que no solo se debe garantizar que haya alimentos para todos en todo momento, sino que además estos alimentos deben ser sanos y nutritivos al cuidar la forma en cómo se producen y distribuyen, lo que hace referencia a la crisis alimentaria que acorraló a la agroindustria al revelarse que muchos productos son realizados a partir de cultivos transgénicos, químicos, pesticidas, hormonas, exceso de azúcar y antibióticos. Unos años después, en el Foro de Organizaciones de la Sociedad Civil para la Soberanía Alimentaria, celebrado en Junio de 2002 en Roma, se le atribuyó al término la siguiente definición:

"La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, pesqueras, alimentarias y de tierra que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias únicas. Esto incluye el verdadero derecho a la alimentación y a producir los alimentos, lo que significa que todos los pueblos tienen el derecho a una alimentación sana, nutritiva y culturalmente apropiada, y a la capacidad para mantenerse a sí mismos y a sus sociedades".²³

En Febrero de 2007 en el Foro para la Soberanía Alimentaria de Nyéléni (Bamako, Mali), se amplía la definición de este concepto al afirmar que "La soberanía alimentaria no niega el comercio, sino que promueve la formulación

²¹ BRASSEL, Frank. Soberanía Alimentaria ¿Palabra de moda o concepto novedoso? *En* UNIVERSITAS. Junio, 2010, vol. 12, No. 12, p. 13.

²² DESMARAIS, Annette Aurélie y HERNÁNDEZ NAVARRO, Luis. Op.Cit., p. 91.

²³ BRINGEL, Breno. Op. Cit., p. 97.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

de políticas y prácticas de comercio al servicio del derecho de los pueblos y la gente a una producción inocua, saludable y ecológicamente sustentable”.²⁴

La antropóloga Laura Gutiérrez complementa la definición de soberanía alimentaria al afirmar que este concepto propone un nuevo sistema alimentario al reivindicar prácticas sociales y económicas alternativas que corresponden a la vida campesina como “la solidaridad social y la democracia de base que buscan garantizar el bienestar colectivo; los conocimientos agrícolas de las comunidades rurales; y las relaciones más armónicas con la naturaleza”.²⁵

El historiador alemán Frank Brassel, a partir de La Vía Campesina, ofrece cinco pilares para entender el concepto soberanía alimentaria: 1). El derecho humano a la alimentación. 2). La Reforma Agraria: garantizar a campesinos la tenencia de la tierra bajo el principio: “La tierra pertenece a quienes la trabajan”. 3). La Preservación de los recursos naturales: la sostenibilidad exige un cambio de la dependencia en los químicos y en los monocultivos de exportación y modelos de producción intensivos industrializados. 4). La Reorganización del comercio de alimentos: entender los alimentos en primer lugar como nutrientes y en segundo lugar como artículos comerciales, sin dejar de regular los precios para que reflejen el costo de producción y cuidar que los alimentos de exportación no desplacen a la producción local. Y, 5). Eliminar la globalización del hambre, regular las instituciones y empresas multinacionales: la globalización del sistema alimentario destruye la diversidad de las culturas en materia de economías alimentarias locales.²⁶

Por último, es pertinente aclarar que el término de soberanía alimentaria no pretende apaciguar la perspectiva intercultural, ni aislar el territorio que practique esta iniciativa de aquellos territorios que no la practiquen o que sí lo hagan pero estén muy lejos, al contrario, en palabras de Bringel la soberanía alimentaria busca “la posibilidad de intercambios de experiencias, saberes y marcos de protesta y propuesta entre diferentes movimientos sociales y

²⁴ *Ibíd.*

²⁵ GUTIÉRREZ ESCOBAR, Laura María. Op. Cit., p. 59-60.

²⁶ BRASSEL, Frank. Op. Cit., p.13-16.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

organizaciones con una considerable lejanía territorial, pero con una amplia gama de referentes y problemáticas comunes”.²⁷

Subjetividades, otras realidades comunicativas

Para este proyecto de investigación es necesario pensar en agentes sociales que construyen subjetividades desde las relaciones de conocimiento y las relaciones de poder, las cuales están imbricadas, ya que el conocimiento tiene que ver con el poder. El sujeto construye su subjetividad a partir de las relaciones de conocimiento con la familia, la escuela y la sociedad en la que habita; son sujetos por la historia social y cultural que adquieren de las anteriores relaciones de conocimiento. A su vez, estos conocimientos tienen que ver con el poder debido a que imponen qué pensar, qué decir, cómo vestirse, cómo ser hombre o mujer, qué es correcto y qué no lo es, etc. El filósofo Santiago Castro-Gómez afirma lo anterior al explicar que las relaciones de poder “tienen una dimensión cognitiva, esto es, que se ven reflejadas en la producción, circulación y asimilación de conocimientos”.²⁸

La subjetividad se ha constituido desde la época colonial en dos dimensiones. La primera tiene que ver con el “ser”, al asegurar que solo el hombre blanco europeo era civilizado y moderno. La segunda dimensión corresponde al “no ser”, donde se agruparon los indígenas y afrodescendientes acusados de no tener alma por practicar tradiciones “bárbaras”, por lo tanto, “gozar de la condición de noble blanco, era el signo distintivo que permitía a los criollos diferenciarse socialmente de los mestizos y demás grupos sociales”²⁹ y “Pertener a la casta de los indios equivalía no solamente a tener unas características somáticas diferenciadoras, sino también, y principalmente, a poseer un carácter y una personalidad esencialmente inferiores a las del hombre occidental”.³⁰ De esta manera, en La Nueva Granada, con la llamada colonización, se impone un proceso de construcción de subjetividades a partir de lo que se consideraba “correcto” en la época:

²⁷ BRINGEL, Breno. Op. Cit., p. 96.

²⁸ CASTRO-GÓMEZ, Santiago. La hybris del punto cero. Ciencia, raza e ilustración en la Nueva Granada. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2005. p. 16.

²⁹ *Ibíd.*, p. 70.

³⁰ *Ibíd.*, p. 78.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

“El contraluz que establecen los filósofos iluministas entre la barbarie de los pueblos americanos, asiáticos o africanos (“tradición”) y la civilización de los pueblos europeos (“modernidad”)...sirve como instrumento para la consolidación de un proyecto imperial y civilizatorio (“Occidente”) que se siente llamado a imponer sobre otros pueblos sus propios valores culturales por considerarlos esencialmente superiores”.³¹

En este sentido, también se habla del saber y del no saber, lo cual conduce a los términos episteme (conocimiento científico, filosófico, razonable) y doxa (conocimiento “místico”, “vulgar”). Estos términos son ejemplificados por Santiago Castro al narrar cómo era vista la medicina indígena y la europea en la época colonial, por lo que afirma que se creía que “Las prácticas médicas de los indios eran solamente doxa, conocimientos anclados en el sentido común o en la irracionalidad de sus creencias religiosas. Frente a éstas se posiciona la episteme de la ciencia moderna”.³² Lo anterior también se puede evidenciar en las declaraciones de Castro cuando habla sobre la colonización en La Nueva Granada:

“...en las manos del Estado metropolitano y de las elites criollas neogranadinas, la ilustración fue vista como un mecanismo idóneo para eliminar las “muchas formas de conocer” vigentes todavía en las poblaciones nativas y sustituirlas por una sola forma única y verdadera de conocer el mundo: la suministrada por la racionalidad científico-técnica de la modernidad”.³³

Todo esto, da pie para afirmar que las subjetividades se reproducían en las prácticas cotidianas de los actores sociales de la época colonial, de este modo, había una única forma “correcta” de creer, vestir, comportarse, conocer y ver el mundo; lo cual se resume en lo que Castro denomina “el imaginario de la pureza de sangre” que se propagó en la Nueva Granada del siglo XVI y al que le atribuye ser:

³¹ *Ibíd.*, p. 17.

³² *Ibíd.*, p. 226.

³³ *Ibíd.*, p. 16.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

“el eje alrededor del cual se construía la subjetividad de los actores sociales. Ser “blancos” no tenía que ver tanto con el color de la piel, como con la escenificación personal de un imaginario cultural tejido por creencias religiosas, tipos de vestimenta, certificados de nobleza, modos de comportamiento y... formas de producir y transmitir conocimientos”.³⁴

Pierre Bourdieu reúne lo anterior en el concepto de habitus, pues afirma que las personas llegan a interiorizar estos saberes -producto de una historia social y cultural particular- de una manera tan inconsciente que los reproducen en la práctica social, el habitus son las estructuras dominantes que las sociedades asimilan y naturalizan de tal manera que no las ponen en cuestionamiento y a partir de ahí actúan en el mundo. En palabras de Bourdieu, el habitus es:

“Producto de la historia, el habitus origina prácticas, individuales y colectivas, y por ende historia, de acuerdo con los esquemas engendrados por la historia; es el habitus el que asegura la presencia activa de las experiencias pasadas que, registradas en cada organismo bajo la forma de esquemas de percepción, de pensamientos y de acción, tienden, con más seguridad que todas las reglas formales y todas las normas explícitas, a garantizar la conformidad de las prácticas y su constancia a través del tiempo”.³⁵

Se cree haber dicho lo suficiente para hablar propiamente del concepto de soberanía alimentaria en relación a las subjetividades, según Breno Bringel³⁶, la palabra soberanía ha estado presente en las teorías políticas occidentales en autores como Aristóteles y Hobbes quienes se refieren a la territorialidad, pero en la actualidad reciente esta palabra ha sido marcada por la formación de un nuevo sistema económico centrado en los intercambios transfronterizos y en las telecomunicaciones globales. Esto se observa a partir del comercio global y la existencia de entidades supranacionales como el Fondo Monetario

³⁴ *Ibíd.*, p. 64.

³⁵ BOURDIEU, Pierre. *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2007. p. 88-89.

³⁶ BRINGEL, Breno. *Op. Cit.*, p. 95.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Internacional, el Banco Mundial y la Organización Mundial del comercio que, - no muy lejos de la época colonial donde no sólo se planteaba “la superioridad de unos hombres sobre otros, sino también la superioridad de unas formas de conocimiento sobre otras”³⁷- regulan el sistema agroalimentario global y establecen las políticas agrícolas y comerciales dominantes al fomentar el modelo de la agroindustria que reduce los alimentos, la tierra y el agua a simples mercancías carentes de funciones sociales, ambientales y culturales.

Frente a esto surgen con gran fuerza otras realidades comunicativas³⁸ como las prácticas de los actores que hacen parte de iniciativas en soberanía alimentaria, las cuales son producto de una historia social y de unas relaciones interculturales que determinan su subjetividad y la manera como ese sujeto actúa en su vida. Es aquí donde la comunicación adquiere un papel protagónico pues es a través de ésta que se generan y fortalecen transformaciones de la sociedad evidentes en el discurso de estos agentes sociales cuando reclaman la autonomía de los pueblos en la producción de sus alimentos y resaltan la idea de asegurar que éste es el camino hacia la sostenibilidad y la justicia social para la ruralidad y la humanidad.

De esta manera, se puede hablar de subjetividades como otras realidades comunicativas que se forman hoy en resistencia civil al discurso global de políticas reguladoras del comercio, tales como los movimientos agroecológicos desde la perspectiva de soberanía alimentaria que pasan por la producción, circulación y consumo, al afirmar con sus prácticas: “así no producimos”, “así no vivimos”, “no es de individuo sino de colectividad”, “eso no es desarrollo ni progreso sino aniquilamiento del planeta”, y por lo tanto actúan de manera más respetable tanto en el ámbito social como en el ambiental. Esta idea se puede evidenciar en palabras de agricultores colombianos al referirse a la crisis alimentaria en el país:

³⁷ CASTRO-GÓMEZ, Santiago. Op. Cit., p. 59.

³⁸ CADAVID BRINGE, Amparo y GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Op. Cit., 40.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

“Ante este panorama nos declaramos en resistencia y oposición frente a los procesos y políticas que vulneran las formas tradicionales de producción, comercialización e intercambio de semillas y alimentos, y por ende la autonomía alimentaria de las comunidades y la soberanía alimentaria del país; que expropián el patrimonio natural existente de las comunidades rurales”.³⁹

Sostenibilidad

Según los economistas Ángela Parrado y Hernán Trujillo, el concepto de sostenibilidad se remonta a finales de la década de los ochenta cuando a raíz de las Conferencias de las Naciones Unidas sobre el Medio ambiente y el Desarrollo, se publicó en 1987 el informe conocido como “Nuestro futuro común. Desde una tierra a un mundo” o “Informe Brundtland”, el cual acuñó el término “desarrollo sostenible” como solución a la preocupante relación entre pobreza, degradación ambiental y desigualdad social. Parrado y Trujillo explican que en las Conferencias de la ONU:

“...nace, oficialmente, el término “desarrollo sostenible” como un cambio en el enfoque del desarrollo mundial, que se había caracterizado, hasta entonces, por su enfoque economicista del crecimiento ilimitado. Se definió el desarrollo sostenible como el aseguramiento de las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer la capacidad de que las futuras generaciones puedan satisfacer las propias”.⁴⁰

Así, las metas del “desarrollo sostenible” se agruparon en las necesidades de la humanidad, equilibrar los niveles de población y, por último, conservar y mejorar la base de los recursos naturales. De esta manera, según Parrado y Trujillo, se establece el desarrollo económico, la calidad ambiental y la equidad social como los componentes del concepto de sostenibilidad.

³⁹ Declaración del Encuentro Nacional Crisis Alimentaria en Colombia, Acciones Sociales para la Defensa de la Soberanía y Autonomía Alimentaria. Op. Cit.

⁴⁰ PARRADO CASTAÑEDA, Ángela María y TRUJILLO QUINTERO, Hernán Felipe. Universidad y sostenibilidad: una aproximación teórica para su implementación. En AD-minister. Enero-junio, 2015, No. 26, p. 152.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

Ahora, es pertinente abordar el concepto de sostenibilidad desde la perspectiva alimentaria. El artículo “Agroecología: promoviendo una transición hacia la sostenibilidad”, escrito por diversos autores, quienes, haciendo referencia a la importancia de extender la sostenibilidad de manera universal y por un tiempo indefinido, definen este concepto “...como un enfoque integral y holístico hacia la producción de alimentos, fibras y forrajes que equilibra el bienestar ambiental, la equidad social, y la viabilidad económica entre todos los sectores de la sociedad...”.⁴¹

Comercio justo y consumo responsable

Para este trabajo de investigación el comercio justo y el consumo responsable es importante ya que hace parte de las prácticas de los actores sociales que apoyan la soberanía alimentaria. Para empezar, se puede referir a la Organización Mundial del Comercio Justo (WFTO),⁴² quienes afirman que el comercio justo “...promueve otro tipo de comercio, uno basado en el diálogo, la transparencia, el respeto y la equidad. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los pequeños productores y trabajadores desfavorecidos...”.⁴³

Según la WFTO, el comercio justo se basa en diez principios: 1). Creación de oportunidades para productores en desventaja económica. 2). Transparencia y responsabilidad. 3). Prácticas comerciales justas que contribuyan al bienestar social, económico y ambiental. 4). Pago de un precio justo a los distintos actores que colaboran en la realización y comercialización del producto. 5). Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso. 6). Compromiso con la no discriminación, equidad de género y libertad de asociación. 7). Garantizar

⁴¹ GLIESSMAN, S. R, *et al.* Agroecología: promoviendo una transición hacia la sostenibilidad. *En* Ecosistemas. 2007, vol. 16, No. 1, p. 13.

⁴² La Organización Mundial de Comercio Justo (WFTO) es una red global de organizaciones que representan a la cadena de suministro del comercio justo. Pertenecer a la WFTO proporciona a las organizaciones de comercio justo con la credibilidad y la identidad por medio de un sistema internacional de garantía, un lugar de aprendizaje donde los miembros se conectan con personas de ideas afines de todo el mundo, herramientas y capacitación para aumentar el acceso al mercado, y una voz común que habla por el comercio justo y la justicia comercial.

⁴³ ¿Qué es el comercio justo? [en línea]. Ecuador: World Fair Trade Organization – WFTO [consultado el 22 de julio de 2016]. Disponible en internet: <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

buenas condiciones de trabajo. 8). Facilitar el desarrollo de capacidades de las personas que colaboran en la realización y comercialización del producto. 9). Promoción del comercio justo. Y, 10). Respeto por el medio ambiente.⁴⁴

Ahora, es pertinente pasar a los consumidores quienes se encuentran en la etapa final del encadenamiento alimentario, y está en sus manos la decisión de apoyar un determinado modelo productivo con su compra. La ONGD Solidaridad Don Bosco⁴⁵ define este concepto de la siguiente manera:

“Por Consumo Responsable entendemos la elección de productos y servicios no sólo en base a su calidad y su precio, sino también por su impacto ambiental y social, y por la conducta de las empresas que los elaboran. También implica consumir menos, eligiendo sólo lo necesario, interpretando de forma crítica la influencia de la publicidad en la creación de necesidades superfluas”.⁴⁶

Lo que declara la ONGD Solidaridad Don Bosco con respecto al consumo responsable es pertinente para este trabajo investigativo, ya que responde a la concepción de sostenibilidad que se explicó anteriormente, pues esta definición incorpora en la elección de productos los componentes sociales y ambientales de su producción.

Solidaridad Don Bosco explica que el consumo responsable está compuesto por el consumo crítico y el consumo ético. El consumo crítico, explica la ONGD, “es aquel que se pregunta por las condiciones sociales y ecológicas en las que ha sido elaborado un producto o producido un servicio”,⁴⁷ así, el consumo crítico implica considerar aspectos como la historia del producto y la conducta de la empresa que los realiza al momento de adquirir una compra, de esta

⁴⁴ *Ibíd.*

⁴⁵ Solidaridad Don Bosco es una ONG de Desarrollo formada por mujeres y hombres que viven convencidos de que un mundo más justo y solidario es posible y necesario. Favorecen la promoción integral de las personas y los pueblos de los países empobrecidos, especialmente de los jóvenes en situación de riesgo y exclusión social al promover proyectos de capacitación e inserción socioprofesional. Impulsan propuestas de desarrollo personal y comunitario al facilitar espacios de participación que alienten una ciudadanía activa que sea motor de cambio.

⁴⁶ Carpeta formativa para una ciudadanía solidaria: Consumo Responsable [en línea]. España: ONGD Solidaridad Don Bosco [consultado el 23 de julio de 2016]. Disponible en internet: <http://www.solidaridaddonbosco.org/consumo-responsable-tema-formativo/>

⁴⁷ *Ibíd.*

manera se contribuye a señalar al sistema de producción y comercialización qué prácticas se aceptan y cuáles no.

Por su parte, el consumo ético “sería el que se ejerce cuando se valoran las opciones como más justas, solidarias o ecológicas”,⁴⁸ es decir, que se consume teniendo en cuenta estos valores y no solo satisfaciendo el beneficio personal. De manera que este tipo de consumo incorpora en las decisiones de compra un pensamiento crítico acerca de la historia y las consecuencias de las cosas que se consumen, así como la disminución del consumo excesivo e innecesario.

7. Diseño metodológico

Conviene recordar que esta pasantía de investigación se encuentra inscrita en la fase 1 del trabajo metodológico del proyecto “Soberanía Alimentaria y Comunicación para la sostenibilidad”, la cual, propio de las ciencias sociales, es de corte descriptivo con un enfoque cualitativo que busca comprender –en el caso de la pasantía de investigación⁴⁹– los procesos de comunicación inmersos en experiencias de soberanía alimentaria en la cadena de producción, distribución y consumo de alimentos orgánicos y agroecológicos de la organización EcoHuerta Somos Orgánico.

Para dar cumplimiento al propósito anterior, se acude al Magíster en Investigación Eugenio Saavedra y a la psicóloga Ana Castro,⁵⁰ quienes explican que la metodología cualitativa muestra la realidad de las prácticas sociales de los sujetos con todas sus complejidades a partir del entorno social y cultural que los rodea. En ese sentido, la investigación cualitativa permite rescatar descripciones detalladas del actor social y su interacción con los otros, brinda análisis profundos del universo de estudio observado y facilita al investigador la comprensión del hecho y los significados que las personas dan a esa experiencia.

⁴⁸ *Ibíd.*

⁴⁹ Es preciso aclarar que este objetivo corresponde a la pasantía de investigación desarrollado por las pasantes que enriquecerá el objetivo de la fase 1 del proyecto del Grupo de Investigación en Comunicación: “Caracterizar el mapa de agentes que hacen parte de la cadena alimentaria promovida por las prácticas de soberanía alimentaria”.

⁵⁰ CASTRO R., Ana y SAAVEDRA GUAJARDO, Eugenio. La investigación cualitativa, una discusión presente. *En Liberabit. Revista de Psicología*. 2007, vol. 13, No. 13, p. 67.

Lo anterior obliga a precisar que esta pasantía de investigación se abordará desde el método etnográfico al acoger las reflexiones de la antropóloga Rosana Guber,⁵¹ quien afirma que la etnografía es una práctica de conocimiento que tiene como objetivo comprender los fenómenos sociales desde la perspectiva de sus miembros entendidos como actores, agentes o sujetos sociales.

7.1 Técnicas e instrumentos

La observación participante⁵²

La observación participante toma forma a partir de dos actividades principales: registrar visualmente de manera sistemática todo lo que acontece alrededor del investigador, y participar en una o varias actividades de la población. Aquí es importante resaltar que en la etnografía, la participación requiere aprender a realizar ciertas actividades que practica la población, lo cual pone énfasis en la experiencia vivida del investigador al apuntar su objetivo a estar dentro de la sociedad estudiada.

La aplicación de esta técnica supone que la presencia, la percepción y experiencia directas de las pasantes ante los hechos de la vida cotidiana de los actores sociales, garantiza la confiabilidad de los datos registrados y el aprendizaje de los sentidos que subyacen a dichas actividades. La información obtenida con esta técnica se registrará en el instrumento Bitácora de observación.

La entrevista etnográfica⁵³

Partiendo de la premisa que expone Guber cuando señala que el sentido de la vida social se expresa de manera informal a través de discursos en la vida cotidiana, por comentarios, anécdotas y conversaciones, se elimina de la entrevista todo tipo de orden preestablecido. De esta manera, esta técnica

⁵¹ GUBER, Rosana. La etnografía: método, campo y reflexividad. Bogotá, D.C: Grupo Editorial Norma, 2001. p. 12-13.

⁵² *Ibíd.*, p. 56-57.

⁵³ *Ibíd.*, p. 75.

entendida como una relación social permitirá a las pasantes abordar temas como la biografía, el sentido de los hechos, sentimientos, opiniones y subjetividades que permitirá cumplir con el objetivo propuesto.

Actores sociales

La etnografía supone para esta pasantía de investigación entender que son los actores sociales quienes expresan el sentido de su vida, su cotidianidad, sus hechos extraordinarios y su devenir, pues sólo ellos pueden dar cuenta de lo que piensan, sienten, dicen y hacen con respecto a los eventos que los reúnen,⁵⁴ que en este caso es la soberanía alimentaria.

Para ello, se han diseñado unos indicadores cualitativos de selección de los agentes sociales que componen la cadena de producción, distribución y consumo de productos orgánicos y agroecológicos de la organización EcoHuerta Somos Orgánico.

Indicadores cualitativos:

Proveedores de EcoHuerta Somos Orgánico (producción):

- **Antigüedad en el cultivo orgánico:** Se refiere al tiempo que el productor lleva cultivando alimentos orgánicos.
- **Territorialidad:** Alude al tipo de agricultor, si es campesino o productor urbano.
- **Diversidad de alimentos que cultiva:** Hace referencia a la variedad de los alimentos que se dedica a cultivar el productor.

EcoHuerta Somos Orgánico (distribución):

- **Socios de la organización:** Alude a los fundadores o dueños de EcoHuerta Somos Orgánico.

⁵⁴ *Ibíd.*, p. 13.

- **Colaboradores de la organización:** Empleados de EcoHuerta Somos Orgánico y su cargo en la organización.
- **Antigüedad trabajando en la organización:** Se refiere al tiempo que la persona lleva trabajando en EcoHuerta Somos Orgánico.

Consumidores de EcoHuerta Somos Orgánico (consumo):

- **Antigüedad consumiendo orgánico:** Se escogerá al más antiguo y al recién llegado, para ver qué tan distinto es el discurso de cada uno.
- **Fidelidad a la organización:** Se refiere a los consumidores que han participado en EcoHuerta desde su fundación, lo que permitirá indagar cómo ha cambiado el discurso o las prácticas de la organización en el transcurso del tiempo.
- **Tipo de profesión u ocupación:** Este indicador es pertinente debido a que las visiones de soberanía alimentaria pueden ser distintas de acuerdo a la profesión del consumidor.

8. Resultados esperados

En su calidad de propuesta de investigación, este trabajo aún no cuenta con hallazgos. Sin embargo, se espera que los resultados sean coherentes con los objetivos planteados que equivalen a comprender los procesos de comunicación desde la perspectiva de soberanía alimentaria que se manifiestan en la cadena de producción, distribución y consumo de alimentos orgánicos y agroecológicos de la organización EcoHuerta Somos Orgánico a partir de la caracterización de los diferentes actores inmersos en esta práctica así como la identificación del sentido de sus discursos y las interacciones que desarrollan desde sus subjetividades.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

9. Referencias bibliográficas

BOURDIEU, Pierre. El sentido práctico. Buenos Aires: Siglo XXI Editores, 2007. 456 p.

BRASSEL, Frank. Soberanía Alimentaria ¿Palabra de moda o concepto novedoso? En UNIVERSITAS. Junio, 2010, vol. 12, No. 12, p. 11-30.

BRINGEL, Breno. Soberanía Alimentaria: la práctica de un concepto [en línea]: LAS POLÍTICAS GLOBALES IMPORTAN: Análisis de los retrocesos y rupturas en la práctica de la lucha contra la pobreza y la desigualdad en 2010. España: Plataforma 2015 y más de SOCIAL WATCH, 2010 [consultado el 18 de julio de 2016]. Disponible en internet: <http://2015ymas.org/centro-de-documentacion/publicaciones/2012/1469/soberania-alimentaria-la-practica-de-un-concepto/#.V-WAWojhAdU>

CADAVID BRINGE, Amparo y GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Pensar desde la experiencia: comunicación participativa en el cambio social. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, 2014. 408 p.

CALERO CRUZ, Solón Alberto, *et al.* Soberanía Alimentaria y Comunicación para la Sostenibilidad. Santiago de Cali, 2014.

Carpeta formativa para una ciudadanía solidaria: Consumo Responsable [en línea]. España: ONGD Solidaridad Don Bosco [consultado el 23 de julio de 2016]. Disponible en internet: <http://www.solidaridaddonbosco.org/consumo-responsable-tema-formativo/>

CASTRO R., Ana y SAAVEDRA GUAJARDO, Eugenio. La investigación cualitativa, una discusión presente. EnLiberabit. Revista de Psicología. 2007, vol. 13, No. 13, p. 63-69.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

CASTRO-GÓMEZ, Santiago. La hybris del punto cero. Ciencia, raza e ilustración en la Nueva Granada. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2005. 345 p.

CHAMORRO ROSERO, Mauricio. Desarrollo y crisis alimentaria: el caso de la seguridad alimentaria en Colombia. En Revista CES Derecho. Enero-Junio, 2014, vol. 5, No.1, p. 57-65.

Declaración del Encuentro Nacional Crisis Alimentaria en Colombia, Acciones Sociales para la Defensa de la Soberanía y Autonomía Alimentaria [en línea]. Bogotá: GRAIN, 6 de septiembre de 2008 [consultado el 14 de julio de 2016]. Disponible en internet: <https://www.grain.org/es/article/entries/1197-declaracion-del-encuentro-nacional-crisis-alimentaria-en-colombia-acciones-sociales-para-la-defensa-de-la-soberania-y-autonomia-alimentaria>

DESMARAIS, Annette Aurélie y HERNÁNDEZ NAVARRO, Luis. Crisis y soberanía alimentaria: Vía Campesina y el tiempo de una idea. En El Cotidiano. Enero-Febrero, 2009, vol. 24, No. 153, p. 89-95.

DUTTA, Mohan J. Decolonizing Communication for Social Change: A Culture-Centered Approach. En Communication Theory. 2015, vol. 25, No. 25, p. 123-143.

GLIESSMAN, S. R, *et al.* Agroecología: promoviendo una transición hacia la sostenibilidad. En Ecosistemas. 2007, vol. 16, No. 1, p. 13-23.

GUBER, Rosana. La etnografía: método, campo y reflexividad. Bogotá, D.C: Grupo Editorial Norma, 2001. 146 p.

GUTIÉRREZ ESCOBAR, Laura María. El proyecto de soberanía alimentaria: construyendo otras economías para el buen vivir. En Otra Economía. Enero-junio, 2011, vol. 5, No 8, p. 59-72.

Del verbo al bit

Universidad de La Laguna, 2016

PARRADO CASTAÑEDA, Ángela María y TRUJILLO QUINTERO, Hernán Felipe. Universidad y sostenibilidad: una aproximación teórica para su implementación. En AD-minister. Enero-junio, 2015, No. 26, p. 149-163.

¿Qué es el comercio justo? [en línea]. Ecuador: World Fair Trade Organization – WFTO [consultado el 22 de julio de 2016]. Disponible en internet: <http://wfto-la.org/comercio-justo/que-es/>

RIVERA GÓMEZ, Carmen Cecilia. Por los bordes del conocimiento. Cali: Universidad Autónoma de Occidente, 2014. 467 p. Citado por: CALERO CRUZ, Solón Alberto, *et al.* Soberanía Alimentaria y Comunicación para la Sostenibilidad. Santiago de Cali, 2014.

----- . La comunicación de la agroecología: entre el eufemismo y la esperanza. En Revista FELAFACS Diálogos de la comunicación. Julio-diciembre, 2014, No. 89, p. 1-15.

SANTOS, Boaventura de Sousa. El milenio huérfano. Ensayos para una nueva cultura política. Madrid: Editorial Trotta, 2005. 374 pp. Citado por: CADAVID BRINGE, Amparo y GUMUCIO DAGRON, Alfonso. Pensar desde la experiencia: comunicación participativa en el cambio social. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, 2014. 408 p.