

Investigación Original

Los mercados agroecológicos como estrategia para la construcción de propuestas de justicia social en el Eje Cafetero y el norte del Valle del Cauca, Colombia

Agroecological markets as a strategy for the construction of social justice proposals in the Coffee Region and the north of Valle del Cauca, Colombia

José Humberto Gallego A.
Universidad de Caldas, Colombia
josegallego@ucaldas.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0002-3024-3092>

Revista Luna Azul núm. 57 8 28 2023

Universidad de Caldas
Colombia

Recepción: 14 Agosto 2020
Aprobación: 14 Diciembre 2023

Resumen: Los mercados agroecológicos son un fenómeno cultural que adquiere connotaciones morales frente al consumo, en donde se visibilizan significados, tradiciones y maneras de entender la gobernanza sobre la alimentación, la salud, el bienestar y la equidad social, logrando visibilizar las categorías de la justicia social desde la distribución, el reconocimiento y la participación en la medida en que se concretan comunitariamente como una obligación fraternal para compartir los beneficios ante sus miembros basados en el bien común y convirtiendo la justicia en virtud. De acuerdo con ello, se realizó un análisis teórico de los aportes que hacen los mercados agroecológicos del Viejo Caldas y el norte del Valle del Cauca en la construcción de la soberanía alimentaria y el desarrollo de propuestas de justicia social, a partir de las respuestas obtenidas de productores y consumidores participantes, mediante un enfoque metodológico cualitativo y un análisis hermenéutico dialógico desde la documentación jurídica y social para identificar las normas constitucionales y legales que permiten el acceso al derecho a la alimentación adecuada, así como la identificación de las experiencias sobre gobernanza local y contextos de justicia social y comunitaria presentes en estas ferias agroalimentarias.

Palabras clave: agroecología, justicia social, gobernanza, justicia comunitaria.

Abstract: Agroecological markets are a cultural phenomenon that acquires moral connotations in the face of consumption, where meanings, traditions and ways of understanding governance over food, health, well-being and social equity are made visible, making the categories of social justice visible. from the distribution, recognition and participation to the extent that they materialize communally as a fraternal obligation to share the benefits before its members based on the common good and turning justice into virtue. Accordingly, a theoretical analysis was made of the contributions that the agro-ecological markets of Old Caldas and the north of Valle del Cauca make in the construction of food sovereignty and the development of proposals for social justice, based on the responses obtained of participating producers and consumers, through a qualitative methodological approach and a dialogical hermeneutic analysis from the legal and social documentation to identify the constitutional and legal norms that allow access to the right to adequate food, as

well as the identification of experiences on local governance and contexts of social and community justice present in these agri-food fairs.

Keywords: agroecology, social justice, governance, communitarian justice.

Introducción

En los procesos que a nivel nacional e internacional se vienen gestando para abordar el contexto de la justicia social como paradigma del presente siglo, se presentan diferentes teorías que motivan la necesidad de fundamentar progresivamente prácticas en favor de la convivencia comunitaria y la defensa de los derechos humanos en el planeta. Para tal efecto y entendiendo el momento transicional que actualmente presenta el sector rural colombiano, se hace necesario consolidar acciones y estrategias que fundamenten desde el quehacer cotidiano y las prácticas productivas un enfoque diferencial que facilite contrarrestar los detonantes de violencia y marginalidad que han caracterizado históricamente estos territorios.

Con la gestión, difusión y puesta en marcha de la Resolución 0464 de 2017, presentada por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR, 2017), Colombia está siendo parte del grupo de países latinoamericanos que estructuran una política diferencial para la producción agropecuaria desde la visibilidad e importancia que tiene la agricultura campesina, familiar y comunitaria en la oferta de alimentos, el rescate de la producción local y la conservación de sus componentes territoriales. Para tal efecto y en el marco de las posibilidades normativas establecidas hasta ahora, se hacen esfuerzos para el fortalecimiento de las capacidades sociales, económicas y políticas de las familias, comunidades y organizaciones rurales, sobre la base de un desarrollo rural con enfoque territorial que permite mejorar la sostenibilidad de la producción agropecuaria y generar condiciones de vida digna a la población rural (MADR, 2017).

Esta norma establece dentro de sus lineamientos el deber gubernativo para promover, establecer y fortalecer los mercados campesinos y comunitarios que reduzcan la intermediación en un acercamiento comercial entre lo urbano y lo rural con precios justos y la producción de los sistemas agroalimentarios sostenibles. Pero, para lograr consolidar esta, estrategia se requiere de metodologías y argumentos que fundamenten el empoderamiento, la apropiación de los participantes y la autosostenibilidad en su ejercicio permanente.

Como lo afirma Schneider (2016), “los mercados son una construcción social, un fenómeno sociológico caracterizado como un proceso de interacción entre personas que moviliza actores y agentes, que poseen intereses en el intercambio de bienes, productos y mercancías” (p. 97). Por tanto, existen en la medida en que esas interacciones sociales ocurran, no solo enmarcados en el condicionante de comprar y vender, sino que a su vez se devela como espacio donde ocurren intercambios, diálogos, negociaciones que son importantes para la vida de las personas y que definen su organización social, política y cultural.

En la región del Eje Cafetero, como respuesta de las organizaciones comunitarias y en algunos casos con el respaldo de las instituciones académicas, se vienen gestando acciones conducentes a recuperar el protagonismo y reconocimiento del sector rural en la dinámica del progreso y desarrollo de sus localidades mediante la implementación de espacios de encuentro comercial y de intercambio de saberes que han facilitado la construcción local de redes agroalimentarias alternativas y de circuitos cortos de comercialización, como aporte al abastecimiento local de productos y la posibilidad real de participar activamente en las cadenas productivas. Para tal efecto y amparados en evitar la dependencia de los intermediarios y cautivar la demanda mediante la oferta de productos diferenciales, algunos de estos mercados han caracterizado su enfoque desde las prácticas agroecológicas como factor innovador y atractivo para los consumidores.

La presente investigación pretende identificar los aportes que en materia de justicia social se gestan desde los mercados agroecológicos a partir de identificar los elementos normativos y participativos que hacen posible la seguridad o soberanía alimentaria y las estrategias comunitarias empleadas para propiciar un desarrollo rural con enfoque territorial. Para tal efecto, en el ejercicio investigativo trataremos de responder las siguientes preguntas: ¿cómo aportan estas nuevas propuestas de los mercados campesinos o agroecológicos en la soberanía alimentaria local?, ¿cuáles son esos elementos normativos a tener en cuenta para favorecer una alimentación adecuada desde el sistema agroalimentario local? y, ¿qué condiciones de gobernanza, identidad o participación hacen posible el reconocimiento en los mercados agroecológicos?

Con base en los resultados obtenidos, esperamos consolidar aún más los aportes que hace la agroecología y, en especial, mediante los mercados agroecológicos, para generar un aporte a la Justicia Social con enfoque comunitarista y que, como lo señalan López-García et al. (2015, p. 28), se convierta en herramienta para fortalecer la dinamización local agroecológica como respuesta a la actual crisis del sistema agroalimentario industrial basado en el productivismo y el deterioro del medio ambiente.

Metodología

Utilizando la hermenéutica y la teoría fundamentada, se realizó la interpretación de los elementos normativos y reglamentarios de la seguridad y la soberanía alimentaria y el Derecho Humano a la Alimentación Adecuada, así como el referente conceptual de la gobernanza para identificar la operatividad dentro de cada uno de los mercados referenciados. Del mismo modo, se utilizó un análisis etnográfico mediante la observación participante y algunas estrategias adicionales que permitieron identificar las experiencias de la

gobernanza, administración y coordinación de la producción, comercialización y consumo de alimentos expresados en los cuatro sitios objeto de estudio.

Los mercados analizados corresponden a los más tradicionales, publicitados y reconocidos en la región como agroecológicos, con una afluencia persistente de productores, consumidores y organizadores durante más de 5 años y que están ubicados en los centros poblados de Armenia, Manizales, Pereira y Tuluá referenciados en la [Tabla 1](#).

Mercado	Productores	Frecuencia en la realización de la feria	Ubicación	Año de inicio
Armenia	60	Mensual (primer sábado de mes)	Universidad Remington	1999
Manizales	30	Mensual (tercer sábado de mes)	Universidad de Caldas, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales	2000
Pereira	80	Mensual (primer miércoles de mes según calendario académico)	Universidad Tecnológica de Pereira	2010
Tuluá	45	Semanal (sábados)	Parque infantil Julia Escarpetta	2005

Tabla 1.

Características de los mercados escogidos
elaboración propia.

Con la participación de productores y consumidores en los mercados agroecológicos, se realizaron encuestas y entrevistas que facilitan el análisis etnográfico mediante la observación participante y la comprensión en la gestión y realización de los mercados, así como la percepción de la justicia social en este espacio de intercambio agroalimentario. Para tal efecto y como instrumento base, se realizó una encuesta que permitió obtener la información inicial para el análisis de las redes sociales mediante la herramienta software UCINET 6.85, que nos ayuda a identificar el grado de relacionamiento y la dinámica de las relaciones que se visibilizan en

cada uno de los mercados en estudio e indicar así el grado de cooperación en la gestión, programación y realización de los mercados, así como la coherencia discursiva en el fomento de la seguridad y la soberanía alimentaria.

Para consolidar la información obtenida y generar la validez en la triangulación narrativa entre los actores participantes del mercado, se realizaron 10 entrevistas semiestructuradas, con el respectivo consentimiento previo, a líderes de cada uno de los mercados escogidos según los resultados desde la centralidad obtenida con el uso del software UCINET 6.85, que nos proporcionó entender la dinámica del flujo de la red en términos de densidad, centralidad, intermediación y cercanía, y para los consumidores se tuvo en cuenta el aval que los organizadores de las ferias hicieron para definir qué consumidor sería el entrevistado y cuyo propósito pretendió de manera etnográfica identificar la percepción de la justicia social.

Por otro lado y complementario a lo anterior, se realizó un análisis de las narrativas obtenidas en las respuestas de las entrevistas y en las encuestas que permita dimensionar las condiciones por las cuales los productores y consumidores tienen en cuenta la oferta y apetencia de productos agroecológicos, la participación en estos mercados y su percepción de los circuitos cortos, para conjugar estas respuestas con el uso de la teoría fundamentada a partir del método documental o bibliográfico en la investigación hermenéutica y facilitar el diálogo de las variables de análisis de la justicia social en términos de redistribución, reconocimiento y participación, con las variables agroecológicas desde lo económico, ambiental y sociocultural.

Exposición de resultados

Mediante la ayuda del software UCINET 6.85, se obtiene la red de actores que nos ayuda a definir el protagonismo, responsabilidad o liderazgo que tienen algunos participantes productores de la feria en la toma de decisiones, y que se visibiliza en el gráfico correspondiente a cada uno de los mercados y se presenta en la [Tabla 2](#).

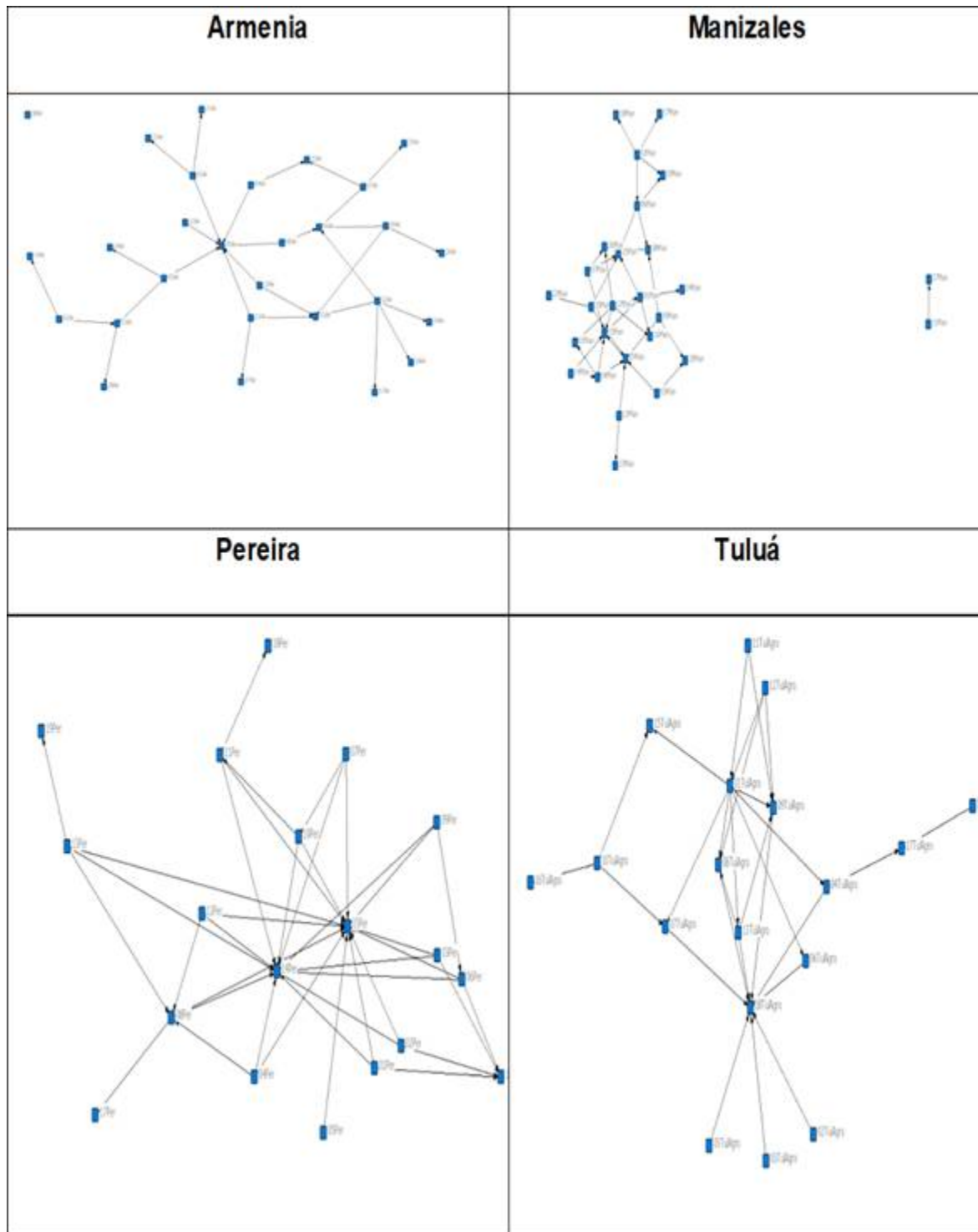


Tabla 2.

Red de actores productores de cada uno de los mercados

Fuente: elaboración propia.

Con base en lo observado en los graficos, se identifica que el grado de participación de los diferentes actores no es homogéneo, dado que en algunos casos las decisiones pasan por un análisis más colectivizado

(Tuluá y Manizales), mientras que para los otros son responsabilidad de actores institucionales o una persona determinada. De esta manera, se referencia la gobernanza obtenida en los diferentes mercados que nos servirá de base para definir a quiénes entrevistar como productores y quiénes son los consumidores recomendados por ellos mismos.

Del mismo modo y con base en el registro del software UCINET, se logró extraer dos de los indicadores que nos ayudarán a identificar el grado de centralización en cuanto a entradas y salidas, es decir, a quién se referencia para tomar una decisión (*indegree*) o a quién se le informa sobre las acciones a desarrollar (*outdegree*), evidenciando los actores que ejercen un papel central por su conectividad en la red y nos representa en forma comparativa la densidad o número de vínculos existentes con respecto a los vínculos totales o posibles en cada uno de los mercados y que se observan en la [Tabla 3](#).

Ciudad	Centralización grado de salida (<i>outdegree</i>)	Centralización grado de entrada (<i>indegree</i>)
Armenia	15,226%	22,908%
Manizales	14,349%	18,343%
Pereira	6,173%	64,815%
Tuluá	33,218%	45,675%

Tabla 3.

Centralización obtenida para cada uno de los mercados

Fuente: elaboración propia.

Así mismo, se obtiene la densidad como apoyo para el análisis en cada uno de los mercados, teniendo en cuenta que ella corresponde al número de vínculos existentes con respecto a los vínculos totales o posibles de toda la red (Velásquez y Aguilar, 2005), y cuyo resultado se observa en la [Tabla 4](#).

Lugares de estudio	Densidad	# de relaciones	Centralidad media	Alfa
Armenia	4%	29	1.036	0.537
Manizales	5,4%	38	1.407	0.607
Pereira	11,4%	37	1.947	0.710
Tuluá	9,8%	30	1.667	0.662

Tabla 4.

Cálculo obtenido para densidad en cada mercado

Fuente: elaboración propia.

En ambos indicadores se deduce que existe una alta fragilidad en términos de gobernanza, participación y comunicación como lo demuestra la baja centralidad manifestada en las relaciones entre los actores, sobresaliendo el caso de Pereira al depender institucionalmente y operativamente de unas pocas personas. Así mismo, los bajos porcentajes de la densidad demuestran la debilidad en la interlocución y diálogo propositivo, constructivo y administrativo para la toma de decisiones en la organización, programación y difusión de estas ferias.

Por otro lado, y con el propósito de identificar las narraciones perceptuales de los productores, con la encuesta se logró definir las causas por las cuales participan, así como permitir el reconocimiento que tienen sobre la soberanía alimentaria con base en los productos ofertados o intercambiados en el mercado, y cuyas respuestas se agrupan en la Tabla 5.

Tipo de respuesta	Armenia	Manizales	Pereira	Tuluá
Autoconsumo	41%	14%	62%	71%
Protección del medio ambiente	25%	14%	0%	0%
Economía solidaria	17%	22%	30%	0%
Beneficio nutritivo y saludable del producto	17%	50%	8%	29%

Tabla 5.

Pretensiones de los productores en la participación del mercado

Fuente: elaboración propia.

Para el caso de los consumidores, las variables expresadas y que justifican su permanencia y participación se resumen en la [Tabla 6](#).

Ciudad	¿Por qué participa del mercado?
Armenia	Como lugar de encuentro entre productores y consumidores, en esa relación campo-ciudad de mutuo beneficio para el aprendizaje y el compartir, como espacio de resistencia política y la generación de confianza hacia un producto sano.
Manizales	Por solidaridad con los productores, como una ayuda recíproca al no tener químicos.
Pereira	Por la calidad y la confianza al dar garantía de un alimento sano. Así como el apoyo a quien los produce y la institución que lo respalda.
Tuluá	Por ser espacio para la oferta de frutas y hortalizas sin necesidad de insumos químicos.

Tabla 6.

Referencia de los consumidores para participar en el mercado

Fuente: elaboración propia con base en entrevistas.

Utilizando como herramienta metodológica la entrevista semiestructurada para productores y consumidores, se identifican las percepciones de justicia y en especial de justicia social a partir del precio justo, lo justo de los mercados agroalimentarios y la razón para construir justicia social desde estos escenarios, y que se resume en las tablas 7 y 8.

Ciudad	Productores	Consumidores
Armenia	Por el reconocimiento de los consumidores a los productos ofertados, por ser productos limpios y sanos.	Porque los productos son ofertados directamente por quien los produce y porque son producidos conservando el ambiente.
Manizales	Al eliminar el intermediario y tener un punto fijo para ofertarlos.	Al contribuir con la buena salud de los consumidores y el cuidado del ambiente.
Pereira	Al venderlo directamente permite un diálogo que generara garantía para con el consumidor.	Al eliminar la intermediación y son de fácil acceso para quien los oferta.
Tuluá	Se maneja con principios agroecológicos que le dan equilibrio al sistema.	En cuanto al precio y la calidad.

Tabla 7.

Referencia sobre la justicia en los mercados agroecológicos

Fuente: elaboración propia con base en entrevistas.

Ciudad	Productores	Consumidores
Armenia	Por la inclusión a quien produce, transforma, pero también para los asistentes.	Al ser programas que se respaldan desde la institución educativa para contrarrestar la pobreza y el hambre.
Manizales	Mejores conocimientos entre los productores que garantizan un producto sano.	Por el contacto humano con quien los produce confiando en la garantía del proceso ético.
Pereira	Por la visibilidad sobre estos productos y la garantía de confianza con el consumidor.	En la responsabilidad que tienen los productores con el ambiente y con los consumidores.
Tuluá	Porque se manejan precios justos para el productor y el consumidor.	Siempre y cuando el Estado garantice la permanencia y la estabilidad de estos mercados.

Tabla 8.

Referentes de justicia social a partir de los mercados agroecológicos

Fuente: elaboración propia con base en entrevistas.

Discusión de resultados

Aporte de los mercados agroecológicos a la justicia social en el marco de la gobernanza local y comunitaria

Entender la dinámica y los protocolos que se realizan en cada uno de los mercados agroecológicos nos ayuda a comprender la forma en que se organizan, participan y desarrollan las actividades que propenden por cumplir sus objetivos sociales como escenario de intercambio de productos agroalimentarios, pero al mismo tiempo como práctica filosófica vivencial tanto para productores como para consumidores, en donde se permean los discursos sobre comercio justo, precio justo e incluso justicia social que fundamentan su persistencia y justificación entre los actores participantes. De esta manera, se generan en ellos modelos contrahegemónicos al sistema agroalimentario dominante, en donde se recupera la gobernanza local con base en el reconocimiento a quienes lo producen y participan activamente de la cadena de mercado, y se propicia el fortalecimiento de las autonomías colectivas y la recomunalización de la vida social.

Es sabido que durante el último siglo el modelo de desarrollo agropecuario impuesto y agenciado para el sector rural en gran parte de Latinoamérica ha sido fundamentado bajo la propuesta económica

del libre mercado, el extractivismo y la empresarización (Giraldo, 2018). Este modelo ha generado muchos conflictos y riesgos en las sociedades y comunidades al manifestarse una política de exclusión y menosprecio que, unido a un NO reconocimiento, propicia todas esas caras de la opresión que señala Young (1990): la explotación, la marginación, la carencia de poder, el imperialismo cultural y la violencia, que subvaloran su importancia como actores protagónicos en el contexto histórico del desarrollo nacional y repercuten en acciones de desplazamiento, pobreza y conflicto armado.

Estas sociedades rurales han sufrido una discriminación desde los grupos dominantes como consecuencia de la falta de reconocimiento en la igualdad de respeto que repercute en una paulatina pérdida de dignidad y honor y promueve un “mutilador” autoodio como lo expresa Taylor (1997, p. 294), inculcando en ellos una imagen de inferioridad que agrieta el tejido social, su identidad cultural y el manejo sostenible y sustentable de los territorios, con consecuencias que favorecen la manifestación de procesos de injusticias sociales que se acentúan en la medida en que el Estado no los reconozca o acompañe.

Para dar inicio a la reconstrucción de ese tejido social, las sociedades rurales necesitan visibilizarse como sujetos de derecho, en donde se permita la formación de su identidad, en lo que Taylor (1997) define como el reconocimiento de la esfera íntima, pero que a su vez se permita una política de reconocimiento igualitario en el marco de la esfera pública, permitiendo la construcción de escenarios de diálogo e intercambio de experiencias o significados entre sus pobladores, sin temores ni dominaciones, rescatando la autonomía y la democracia participativa como pilar en la gobernanza local, que asiente un plan de acción incluyente, endógeno y concertado con las comunidades.

De esta condición, la gobernanza surge como un estilo de gobierno diferente al modelo de control jerárquico y de mercado, caracterizado por un mayor grado de cooperación entre los que gobiernan y las administraciones públicas y actores no gubernamentales en la hechura de las políticas públicas (Zurbriggen, 2011). Por tanto, no se trata solo de tener unas normas o un amparo jurídico que favorezca la seguridad y soberanía alimentaria, sino que también requerimos apropiarnos entre las comunidades que en este caso producen o se satisfacen de la producción de alimentos, y qué mejor escenario que el lugar de encuentro para el intercambio de productos y saberes como corresponde a los mercados campesinos o ferias agroalimentarias.

De esta manera y con base en el propósito de este análisis, es apropiado preguntarnos: ¿quién gobierna nuestro alimento?, ¿en manos de quién está la decisión de la producción, la transformación, la comercialización, la distribución y la oferta para el consumo? y ¿cómo participan los productores y los consumidores en la gobernanza del alimento? Para lograr estas respuestas, Ward et al.

(2010) proponen analizarlas desde la sociología de la alimentación, dado que no solo trata sobre la preocupación actual de una alimentación saludable, sino que también tienen en cuenta la relación con los mercados emergentes de alimentos y la identidad a partir de la oferta y el consumo en un mundo globalizado y cada vez más informado, en donde existe una preocupación ética sobre la producción, el consumo y el transporte de alimentos. Lo cual, nos lleva a promover una sostenibilidad ambiental y una justicia social, por ejemplo, mediante la reducción de la huella de carbono que genera el transporte de los alimentos provenientes de geografías distantes, en miras a cimentar un comercio justo para quienes lo producen o distribuyen.

Según Reina (2018), este nuevo milenio ha supuesto un cambio importante en las dinámicas de la seguridad alimentaria a nivel mundial: en primer lugar, se ha rescatado el papel social y ambiental de la agricultura, que ha despertado el interés por el desarrollo rural territorial a nivel local y regional; en segundo lugar, en algunos territorios ha surgido un consumo más consciente como ciudadanía en la producción y el consumo, que dan nuevas formas y valores a sus relaciones en el sistema agroalimentario, con base en el tiempo y el espacio en el que tienen lugar; y, por último, han surgido nuevas cuestiones relacionadas con la sostenibilidad de la agricultura y sus conexiones con la “nueva ecuación alimentaria”, caracterizada por la subida de los precios de los alimentos, la degradación de los recursos naturales, los efectos del cambio climático y la concentración de poder de las industrias agroalimentarias en el suministro de insumos y la distribución de alimentos. De allí entonces que las redes alimentarias alternativas y los circuitos cortos de comercialización estén teniendo tanto auge en el marco de una gobernanza alimentaria entendida como un proceso de coordinación y cooperación entre los diferentes agentes involucrados.

Como pilar fundamental y con base en el análisis para acceder al Derecho de una alimentación y nutrición adecuada, se hace importante reconocer los esfuerzos nacionales para impulsar la norma referida sobre la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria (Resolución 0464 de 2017 - MADR, 2017), en donde se visibiliza y apropia la importancia de la soberanía alimentaria, la agroecología, los circuitos cortos de comercialización, los mercados campesinos y comunitarios, los sistemas productivos sostenibles y la gobernanza responsable de la tenencia de la tierra, la pesca y los bosques, entre otros.

Del mismo modo, es sabido que la conquista de grados crecientes de gobernanza sobre los mercados se presenta como el eje central de las estrategias de los movimientos en defensa de la agroecología y la agricultura familiar, dado que como lo expresan los mismos consumidores es allí donde se facilita un precio justo para quien lo produce y no se depende de la intermediación o las leyes del

capitalismo convencional, por el reconocimiento y la solidaridad de los consumidores sobre los productores y la confianza tejida en la relación con ellos.

Para tal efecto, la agroecología y los propósitos en el fomento y protección de la agricultura familiar defienden los canales de comercialización que acercan y estabilizan los vínculos entre producción y consumo, y proporcionan mayor transparencia a las relaciones entre los agentes de esas dos esferas económicas, contraponiendo la lógica convencional en la estructura de los mercados, caracterizada por la verticalidad y competitividad en las relaciones sociales. Por ello, el avance de la perspectiva agroecológica para el desarrollo rural dependerá de mercados regulados por economías que intensifiquen las relaciones horizontales y la cooperación entre los actores sociales y en donde las valoraciones sociales van más allá de la dimensión estrictamente monetaria, tal y como lo plantean Petersen et al. (2013), y que convierten los mercados agroecológicos en espacios de encuentro, “conversadero”, “espacio de resistencia política y generación de confianza entre productores y consumidores para la obtención de alimentos sanos”, tal como lo justifican los consumidores asistentes a los mercados (Entrevista Consumidor Armenia).

Desafortunadamente y según los resultados obtenidos con el análisis de redes mediante el software UCINET y con base en la encuesta realizada aleatoriamente a los productores participantes de los cuatro mercados, hay una alta fragilidad en la densidad expresada, dado que muestran redes poco cohesionadas y por tanto vulnerables, en donde los mercados dependen de unas pocas personas o representantes institucionales y, por tanto, perderán estabilidad en la medida en que obedezcan a las decisiones que tomen unos cuantos comprometidos. Hecho que se evidencia en la [Tabla 3](#) correspondiente a la centralización, donde para el caso de los mercados de Pereira o Manizales se referencian principalmente a dos personas como representantes institucionales con un alto grado de centralización de entrada, es decir, se depende de ellos para la toma de decisiones con poca participación grupal, mientras que para el mercado de Tuluá la red se comporta de forma más equitativa entre la centralización de entrada y de salida, dado que son los mismos productores, sin respaldo institucional, quienes se encargan de promocionarlo, realizarlo y evaluarlo semanalmente, por tanto, las decisiones se toman de manera grupal y concertadas.

Pero esta condición está reflejada desde la organización de los mercados y la interacción entre los participantes que, si bien es cierto se configuran en una red de dependencia, no demerita el ejercicio en la construcción de las redes alimentarias alternativas como los circuitos cortos de comercialización, dado que quienes participan son productores, transformadores o consumidores solidarios que no escatiman en el precio al justificarlo como justo, tal como se expone

en la Tabla 7: “al evitar el intermediario se puede ofertar a un precio favorable” (Productor de Armenia: Hansen Albarracín, entrevistó José H. Gallego A., febrero 2019), o porque “para estos productos se requiere de mayor tiempo y dedicación, además por los beneficios sobre la salud” (Consumidor en Manizales: María Dolores Rodríguez, entrevistó: José H. Gallego A., febrero 2019), opiniones que demuestran una condición justa al reconocer la necesidad de que todos los actores participantes se beneficien del aumento de oportunidades y los avances del bienestar como lo referencian Stiglitz y Charlton (2009), y que en el marco de la justicia social se reseña desde la distribución equitativa de estos beneficios.

Por otro lado y entendiendo que la gobernanza alimentaria se logra a partir de la cooperación entre los diferentes agentes o actores que guían, dirigen, controlan o gestionan el sistema agroalimentario (Reina, 2018), los mercados agroecológicos se convierten en canales o circuitos cortos de comercialización de carácter territorial al estar estrechamente ligados al territorio donde se desarrollan, en una forma de integración rural y urbana de diferentes actores alimentarios que convergen para desarrollar visiones colectivas en torno a un territorio alimentario, ofertando productos frescos y procesados directamente por quien lo produce y sin intermediación, construyendo una base social sólida a partir de la confianza y calidad, rescatando el sentido político de lo local en las relaciones comunitarias que no se ven reflejadas en el sistema hegemónico dominante como se expresa en un supermercado convencional.

Sin embargo, es necesario tener mucho cuidado e insistir en crear contextos de gobernanza sobre estos mercados dado que, como lo presentan Roldán et al. (2018) en un estudio sobre los mercados locales alternativos en México y Colombia, la emergencia de espacios locales de comercialización de productos agropecuarios puede llevar a que estos sean integrados en el modelo convencional, ya que terminan siendo cooptados y articulados por el discurso hegemónico que desintegra la politicidad de este tipo de experiencias, por no tener vínculos territoriales, y cuyo fin solo es ampliar la oferta o de recrear los nichos de mercado hacia consumidores alternativos basados en estrategias publicitarias en la diferenciación social, salud y culto al cuerpo. Así mismo, se refuerzan los mecanismos convencionales de producción y comercialización de productos alternativos en el sistema agroalimentario que no interiorizan la necesidad de cambiar de paradigma tecnológico hacia la conservación ambiental, propician la intermediación tradicional y no asumen una posición crítica frente a la concentración de la tierra y los recursos.

Ahora bien, es de resaltar que, a pesar de la fragilidad expresada en la centralidad y la densidad, esta situación presentada en los mercados agroecológicos está favoreciendo la construcción de redes con empoderamiento comunitario que proyectan la posibilidad de administrar los espacios de feria como ejercicios locales de democracia

y maneras sensibles y adecuadas de construir nexos entre la institucionalidad y las gobernanzas locales; en lo que según Jaramillo et al. (2018), citando al CINEP y otros, se denominan como “órdenes locales de paz”, que configuran y reconfiguran permanentemente las condiciones del poder como una forma de expresar la soberanía territorial con apoyo del Estado o sin él, consolidando las iniciativas comunitarias y locales de bienestar territorial.

De esta manera, se trata entonces de conseguir que el sistema organizativo, de manejo y desarrollo de los mercados facilite el logro del Bienestar entre los asistentes y en las comunidades partícipes, de tal manera que funcione a partir de criterios de cooperación, apoyo mutuo y supervisión recíproca, bajo dinámicas propias para la resolución de conflictos desde lo local o comunitario, lo que Calle y Gallar (2011) denominan cultivos sociales que propicien las organizaciones “anidadas”, con experiencias dirigidas a la autogestión de necesidades básicas y fomenten la democracia participativa, construyendo capacidades para gobernar lo que requieran en pos de su pervivencia. De allí, entonces, toman fuerza y consistencia las respuestas que ante la percepción de justicia se presentaron en los mercados analizados (ver [Tabla 8](#)), especialmente cuando resaltan el reconocimiento, la confianza y la reciprocidad con el cuidado del medio ambiente, como factores fundamentales que identifican la Justicia en el marco del bienestar.

La discusión se centra en la forma en que se obtiene este Bienestar, dado que con base en los mismos planteamientos de la soberanía alimentaria es posible establecer que las comunidades que tengan sólidos referentes identitarios de fraternidad permiten un manejo apropiado de su territorio mediante gobiernos democráticos que condicionan los pactos políticos que se alcanzan sobre divergencias en la convivencia al interior de ellos, mediante instituciones comunes en cuyo seno puedan negociarse los conflictos de intereses y valores, sin pretender vivir en una sociedad unificada por valores comunes, sino más bien, tener instituciones que ejerzan de mediadoras en los conflictos que se presenten entre valores rivales o injusticias (Gray, 2001).

Por tal motivo y con base en los autores comunitaristas que ofrecen una alternativa a las propuestas liberales de la justicia, la legitimidad política no podrá basarse única o principalmente en principios abstractos de justicia y de derechos, dado que la justicia es más voluntad que racionalidad, que profundiza en su contenido, orden y posibilidades de ejercicio real a partir de las condiciones identitarias de las comunidades que han asegurado su desarrollo moral (MacIntyre, citado en García, 2015). Entendido así, en territorios multiculturales como el nuestro, el Estado podrá legitimarse al tener la capacidad de reflejar su pluralidad y el hibridismo de las identidades comunes que existen en sus territorios y que permitan potenciar las tradiciones en aquello que ha facilitado su progreso moral.

No se trata de crear aldeas aisladas con comunidades anárquicas rivales sino tener un Estado capaz de garantizar el *modus vivendi* de sus gentes a partir de un régimen consociacional como lo describe Gray (2001), donde las diferentes comunidades, no los individuos, son portadoras de muchos derechos dado que cada comunidad tiene instituciones propias en las que rigen sus propios valores y leyes, pero compartiendo un marco común con el resto. Para ello, es fundamental y necesario un gobierno democrático y participativo que no presupone la existencia de una única cultura común y que, por el contrario, facilite lo que Arturo Escobar (2018) propone como la recomunalización de la vida social, amparada en el fortalecimiento de las autonomías colectivas y la relocalización de las actividades y prácticas que permitan la descolonización y despatriarcalización de la vida social.

En los mercados agroecológicos es posible evidenciar lo que Émile Durkheim señala como representaciones sociales o colectivas (citado en González et al., 2018), que permiten abordar la forma en que un grupo social reproduce una manera de entender, conocer y relacionarse con otros sujetos y objetos sociales. Es por ello que estos mercados son considerados un fenómeno cultural en donde se ponen en juego significados, tradiciones y maneras de entender asuntos fundamentales para el alimento, la salud, el bienestar y la equidad social, lo cual hace correlacionable su accionar con su dimensión política al reducir la intermediación al mismo tiempo que genera lazos de cooperación y reproducción comunitaria como representación de la justicia social desde el reconocimiento y la participación colectiva.

Un ejemplo de las representaciones sociales en los mercados agroecológicos que estructuran la confianza, la cooperación y la reciprocidad entre los productores y consumidores es la construcción de los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) que, de acuerdo con el Artículo 3 de la Resolución 0464 de 2017 (MADR, 2017), se definen como un sistema de verificación del origen y la condición agroecológica de los productos, el canal comercial y el consumo, en donde participan directamente los actores del proceso agroalimentario, formando redes de comunicación entre ellos para avalar y dar certeza de la confianza. De esta manera, en los cuatro mercados estudiados se manifiesta la existencia de los SPG como mecanismo para favorecer la permanencia o entrada de los productores al mercado, pero solo uno de ellos incorpora la participación directa de los consumidores (Tuluá), dando así el reconocimiento a este actor solidario en el intercambio recíproco.

Las comunidades reticulares alimentarias agroecológicas en la construcción de la justicia social

Entendiendo que desde la ciencia ecológica las comunidades corresponden al grupo o conglomerado de poblaciones de diferentes especies que habitan un lugar determinado, cumpliendo alguna función (nicho) entre las relaciones bióticas (Odum y Sarmiento,

2000), podemos decir igualmente que las sociedades humanas tienen generalistas y especialistas que favorecen una jerarquía ecológica para su organización social y cultural, que para nuestro caso es en forma anidada, es decir que cada nivel está formado por un grupo de los niveles inferiores inmediatos formando una red de tejidos interconectados por la necesidad de sobrevivencia o de bienestar, en lo que Bauman (2009) denomina como una buena voluntad mutua y que, como deber ser, busca ayudarse pura y llanamente en la espera de recibir auxilio ante la necesidad de tener seguridad y confianza.

De allí se desprende la idea y la necesidad que tiene todo individuo por llegar a una sociedad del entendimiento común que “se logra al final de un prolongado y tortuoso trabajo de discusión y persuasión en una agotadora competencia entre las diferentes posibilidades” (Bauman, 2009, p. 8), creando lo que se denomina como identidades comunales y que repercute en la pérdida de la libertad del mismo individuo en favor de su seguridad y bienestar. Por ello, los mercados agroecológicos se concretan comunitariamente en la medida en que con el paso del tiempo exista una obligación fraternal para compartir los beneficios entre sus miembros, con independencia de cuánto talento tienen o cuán importante sean. Postura que tiene eco en otros estudios sobre mercados campesinos efectuados en la ciudad de Bogotá, donde a partir de sus ejercicios etnográficos fue posible recabar consideraciones similares respecto al espacio de mercado a aquellas reportadas en nuestro estudio, como por ejemplo: “Es un conversadero”, “Son como una familia donde hablamos con ellos”, “Confío en lo que me producen y dicen” (González et al., 2018, p. 71). Demostrando así que no es el precio el atractivo, ni los métodos publicitarios, es algo que fraternalmente los identifica y encanta.

En este sentido, y según lo expresa Escobar (2014), la propuesta de un sistema comunal que propende por el desplazamiento progresivo de la economía capitalista y de la democracia liberal representativa para dar paso a formas comunales de economía y autogobierno, donde el poder no está en manos del individuo ni de un grupo específico, sino de la colectividad, responde a una red de relaciones que el autor define como “relacionalidad” enmarcadas a partir de diferentes pautas de respeto, colaboración, dignidad, cariño y reciprocidad.

Consecuentemente y contrario a las ideas atomistas de Rawls (1971), quien defiende la prioridad del individuo frente a la sociedad con base en los postulados liberales, aparecen otras visiones más holísticas que permiten esgrimir argumentos a favor de priorizar la sociedad frente al individuo, que proponen un reconocimiento con base en sus características identitarias y una distribución por equidad o igualdad como lo señala Aristóteles en su idea de justicia (citado en Falcón, 2014), o la formación discursiva de la voluntad que Habermas interpreta en el marco del desarrollo social y que facilita una empatía en una universalización justa de la norma.

Falcón (2014) concibe la justicia rawlsiana como la virtud práctica de entes que tienen intereses concurrentes en competencia y pretensiones en conflicto donde cada uno tratará de hacer valer sus propios derechos frente a los demás. Esto se refleja fácilmente en los mercados agroecológicos analizados cuando la centralidad y la densidad obtenida muestran un bajo nivel de participación como colectivo, dependiendo casi exclusivamente de algunos organizadores quienes toman la iniciativa de realizarlos, programarlos y difundirlos, pero al mismo tiempo se refleja en las respuestas un contexto de la justicia distributiva como primer eslabón en la construcción de una justicia social con base en el postulado “a cada quien lo que se merece”.

De forma crítica, Gray (2001) hace un análisis a la tolerancia liberal exponiendo que existen dos caras del liberalismo, pues la ortodoxia vigente en la filosofía política contemporánea concibe el liberalismo como el régimen ideal pero que tiene contradicciones y alberga conflictos de valor que muchas veces son difíciles de resolver, rivalizando entre sí, en lo que el autor denomina libertades rivales. Por lo tanto, pone también en entredicho el papel y la aplicación de justicia a partir de los derechos humanos, dado que las demandas planteadas por los derechos universales no son las mismas que las de la decencia humana, fundamentados en valores que se construyen en el entendimiento colectivo de la comunidad (respeto, colaboración, dignidad, cariño, reciprocidad).

Por consiguiente, cabe mencionar que en el análisis de los mercados agroecológicos es necesario identificar la forma como sucede la circulación alternativa de los productos y no la forma en que los productos alternativos circulan en el modelo dominante, procurando no confundir la esencia política, social y comunitaria de estos escenarios de intercambio, pues no se trata sólo de encadenar el producto alternativo (agroecológico) al sistema agroalimentario ortodoxo como lo hace la producción orgánica, sino que más bien se trata de establecer una diferenciación bajo la cual los mercados agroecológicos generen una forma alternativa y diversa para la circulación e intercambio de sus productos.

Así, entonces, estos mercados agroecológicos toman importancia y justifican su diferenciación a partir de lo que podríamos denominar como comunidades reticulares alimentarias agroecológicas, que corresponden a esa red de relaciones comunitarias creadas desde la confianza entre productores, transformadores y consumidores de productos agroalimentarios, fundamentadas desde los enfoques productivos socialmente justos, económicamente viables, ambientalmente sanos y culturalmente aceptables, encaminadas a la satisfacción de productos que cubran las necesidades humanas en un contexto multicultural y con gobernanza propia, tanto desde la oferta como desde la demanda; asegurando cumplir con las variables

estructurales de la justicia social y la agroecología mediante la realización de estos mercados.

A pesar de que la idea de justicia ha estado supeditada a la condición del individuo, en su identidad individualizada, según lo refiere Taylor (1997), en aquello que le ha dado la posibilidad de reconocerse como partícipe de una comunidad y que difiere según el lugar y la época, en la Justicia comunitaria se hace posible un *modus vivendi* como lo expresa Gray (2001), que permite la divergencia de opiniones, valores y exigencias de derechos, convirtiendo la justicia en virtud con base en el desarrollo moral de la comunidad, dado que ha sido posible fundamentarla en una tradición desarrollada con el tiempo y que busca aproximarse a la forma más coherente de explicación de la realidad y la convivencia, basada en el bien común, y permitiendo pervivir a las genuinas virtudes y convirtiendo los derechos en algo inconmensurable como lo expresa MacIntyre (citado por García, 2002).

Partiendo de la posibilidad de aportar argumentos que fundamenten la justicia social con base en el análisis realizado desde los mercados agroecológicos y amparados en las tres categorías de interpretación teórica y los tres factores de intervención agroecológica que moldean las prácticas orientadas hacia la sustentabilidad de la agricultura, en la Tabla 9 podemos argumentar los siguientes postulados que construyen justicia social y comunitaria en los diferentes ámbitos.

Categorías	Factores socioculturales	Factores económicos	Factores ambientales
Reconocimiento	Identidad cultural y territorial que exalta la participación activa de actores involucrados en las comunidades reticulares alimentarias como lo proponen Fraser y Honneth (2006) con la ausencia de dominación cultural.	Precio justo para quienes participan del proceso productivo, pero precio solidario para quienes participan del proceso de intercambio de productos en el mercado. Dar a cada uno lo que le corresponde.	Justicia ambiental y ecológica con la naturaleza al hacer de la producción un contexto ético de la agricultura.
Redistribución	Igualdad social para evitar la manifestación de las diferentes caras de la opresión de Young (1990), en especial evitando la dominación institucional.	Los medios de producción en manos de quien los produce, pero a la vez favorabilidad en el intercambio comercial de fácil acceso y diversificado para los consumidores, según Rawls (1971).	Reducción de la huella de carbono mediante los circuitos cortos de comercialización y redes alimentarias alternativas, así como prevenir el desecho de alimentos a partir de una buena planeación productiva y de consumo (Reina, 2018).
Participación	Certificaciones de confianza entre los actores involucrados, mediante los SPG consolidados entre productores y consumidores. Tener en cuenta las capacidades de quienes participan en la red agroalimentaria, como lo expresa Nussbaum (2006).	Concertar los precios y la realización de las ferias entre los productores y los consumidores y no obedecer a la estrategia especulativa del mercado convencional a partir de una buena información.	Como espacio educativo, permitir la realización de campañas favorables en la protección ambiental. Del mismo modo, ofertar en los mercados productos que no generen contaminación e incluyan elementos concernientes a los derechos de la

Tabla 9.

Determinantes de justicia social en los mercados agroecológicos

Fuente: elaboración propia.

Resulta imperativo destacar que una agricultura con Justicia Social, concebida desde la variable distributiva de la misma, solo se logra con una equitativa redistribución de los medios de producción, como el agua, la tierra, las semillas y los saberes (Toledo, 2012), pero a su vez guarda estrecha relación con la posibilidad de ejercer su libertad para generar su propio concepto de desarrollo, relacionado con la capacidad o la oportunidad creada para pertenecer a un mercado, realizar un trabajo por voluntad propia y autodeterminar su opción de vida (Sen, 2000). Dicho esto, para alcanzar una agricultura con Justicia Social será indispensable contar, además, con adecuadas condiciones de salud, alimentación y vivienda, gozar de libertad de movimientos y seguridad, desarrollar una educación que permita consolidar capacidades y libertad de expresión para manifestar gustos y creencias, permitiendo el desarrollo emocional mediante vínculos afectivos con cosas y personas ajenas a nosotros mismos y que contribuyan a la convivencia con otros a través de relaciones sociales fundadas en el respeto y la no discriminación (Nussbaum, 2006).

Conclusiones

- Los mercados agroecológicos se convierten en referentes de justicia social y comunitaria en la medida en que podrán favorecer procesos de soberanía alimentaria desde la oferta o disponibilidad de alimentos, en la estabilidad del suministro, en el acceso y en el rescate de su consumo, como referente para el cumplimiento de las normas nacionales y correspondientes a las propuestas que enfatizan en la implementación de una política nacional de seguridad alimentaria y nutricional en Colombia.

- Las relaciones comunitarias en los mercados agroecológicos constituyen una base social sólida que permite apropiar estrategias de gobernanza local desde las organizaciones anidadas, para garantizar la seguridad y la soberanía alimentaria de la población y de los mismos productores, mediante el reconocimiento de lo que Taylor (1997) denomina la esfera íntima, pero que a su vez permite una política de reconocimiento igualitario en el marco de la esfera pública al facilitar la participación de los actores involucrados en la producción y consumo para favorecer el bienestar territorial como herramienta para la dinamización local agroecológica y como estrategia para fortalecer la autogestión, la democracia participativa, la confianza y la reciprocidad.

- La justicia social en los mercados agroecológicos se materializa al facilitar la participación de los actores involucrados en el escenario comercial, no solo desde el interés monetario y convencional de un

mercado justo o un intercambio de productos amigables con la naturaleza y nutritivos, sino además del reconocimiento a la labor de los productores en ofertar un producto local, saludable y apropiado, así como a los consumidores solidarios que intervienen en el proceso como agentes comunitarios que validan los referentes identitarios de fraternidad territorial.

- En los mercados agroecológicos se crean representaciones sociales o colectivas que permiten abordar la forma en que un grupo social reproduce una manera de entender, conocer y relacionarse con otros sujetos y objetos sociales (*modus vivendi*), y por ello estos mercados son considerados un fenómeno cultural que adquiere connotaciones morales frente al consumo, en donde se pone en escena significados, tradiciones y maneras de entender asuntos fundamentales para el alimento, la salud, el bienestar y la equidad social, lo que hace correlacionable su accionar con su dimensión política al reducir la intermediación, pero al mismo tiempo generar lazos de cooperación y reproducción comunitaria como representación de la justicia social desde el reconocimiento, la redistribución y la participación.

- Los mercados agroecológicos se concretan comunitariamente en la medida en que, con el paso del tiempo, existe una obligación fraternal para compartir los beneficios entre sus miembros, como sistema comunal que responde a una red de relaciones enmarcadas en valores que construyen el entendimiento común dentro de la comunidad: el respeto, la colaboración, la dignidad, el cariño, la confianza y la reciprocidad; convirtiendo la justicia en virtud al basarse en el bien común y, a su vez, convirtiendo los derechos en algo inconmensurable que permita el reconocimiento, la participación y la distribución con base en las capacidades y la dinámica funcional de las comunidades.

Referencias

- Bauman, Z. (2009). *Comunidad: en busca de seguridad en un mundo hostil* (Segunda impresión). Ediciones Siglo XXI.
- Calle, Á. y Gallar, D. (2011). Estamos en medio: necesidades básicas, democracia, poder y cooperación. En Á. Calle (coord.), *Democracia radical: entre vínculos y utopías* (pp. 149-174). Icaria Editores.
- Colombia, Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural (MADR). (29 de diciembre de 2017). Resolución 0464 de 2017. Por la cual se adoptan los Lineamientos estratégicos de política pública para la Agricultura Campesina, Familiar y Comunitaria y se dictan otras disposiciones. *Diario Oficial* n.o 50.505.
- Escobar, A. (2014). *El sentipensar con la tierra: nuevas lecturas sobre el desarrollo, territorio y diferencia*. Ediciones UNAULA.
- Escobar, A. (2018). *Otro posible es posible: Caminando hacia las transiciones desde Abya Yala/Afro/Latino-América*. Ediciones desde Abajo.
- Falcón, M. J. (2014). *La justicia como mérito*. Marcial Pons.
- Fraser, N. y Honneth, A. (2006). *¿Redistribución o reconocimiento?* Ediciones Morata.
- García, A. (2015). *Sistematización de experiencias en Soberanía alimentaria y Agroecología OSALA*. España. (Documento-tesis).
- García de M., M. (2002). *La crítica al concepto liberal de justicia en la filosofía de Alasdair MacIntyre* (tesis de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Giraldo, O. F. (2018). *Ecología política de la agricultura. Agroecología y pos desarrollo*. El Colegio de la Frontera Sur.
- González, C. A., Montenegro, M. y García, D. F. (2018). “Yo compro campesino”: una aproximación a las representaciones sociales de los consumidores de los mercados campesinos. *Rev. Colomb. Soc.*, 41(2), 61-81.
- Gray, J. (2001). *Las dos caras del liberalismo: una nueva interpretación de la tolerancia liberal*. Ed. Paidós.
- Jaramillo, J., Castro-Herrera, F. S. y Ortiz, D. (Eds.). (2018). *Instituciones comunitarias para la paz en Colombia: Esbozos teóricos, experiencias locales y desafíos sociales*. Universidad Nacional de Colombia.
- López-García, D., Calvet-Mir, L., Espluga, J., Di Masso, M, Tendero-Acin, G. y Pomar-León, A. (2015). La dinamización local agroecológica como estrategia para la construcción de soberanías locales. *Ecología política*, (49), 28-34.

- Nussbaum, M. (2006). *Frontiers of justice: disability, nationality, species membership*. Harvard University Press.
- Odum, E. y Sarmiento, F. (2000). *Ecología: el puente entre ciencia y sociedad*. McGraw-Hill Interamericana.
- Petersen, P., Mussoi, E. M. y Dal Soglio, F. (2013). Institucionalización del enfoque agroecológico en Brasil: Avances y desafíos. *Agroecología*, 8(2), 73-79. <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/383433>
- Rawls, J. (1971). *A theory of justice*. Harvard University Press.
- Reina, M. L. (2018). *Sostenibilidad y Gobernanza alimentaria: Análisis de la contribución de los canales cortos de comercialización territorial en sendos casos de estudio en Colombia y España* (tesis de Doctorado). Universidad de Córdoba, España.
- Roldán, H. N., Gracia, M. A. y Mier, M. (2018). Los mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a procesos de certificación. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 15(82), 1-17.
- Schlosberg, D. (2011). Justicia ambiental y climática: de la equidad al funcionamiento comunitario. *Ecología Política*, (41), 25-35. <https://www.ecologiapolitica.info/novaweb2/?p=4223>
- Schneider, S. (2016). Mercados y Agricultura Familiar. En F. Charao-Marques, M. A. Conterato y S. Schneider (Eds.), *Construcción de Mercados y Agricultura familiar: Desafíos para el desarrollo rural* (pp. 93-140). Universidad Federal do Rio Grande do Sul.
- Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Editorial Planeta.
- Stiglitz, J. E. y Charlton, A. (2009). *Comercio Justo para todos* (2da ed.). Editorial Taurus.
- Taylor, C. (1997). *Argumentos filosóficos. Ensayos sobre conocimiento, el lenguaje y la modernidad*. Ed. Paidós.
- Toledo, V. M. (2012). La Agroecología en Latinoamérica: tres revoluciones, una misma transformación. *Rev. Agroecología*, 6, 37-46.
- Ward, P., Coveney, J. y Henderson, J. (2010). Editorial: Una sociología de la comida y el comer: ¿Por qué ahora? *Journal of Sociology*, 46(4), 347-351.
- Young, I. M. (1990). La Justicia y la política de la diferencia. Ediciones Cátedra. Universitat de València. Instituto de la Mujer.
- Zurbriggen, C. (2011). La gobernanza: una mirada desde América Latina. *Perfiles latinoamericanos*, 19(38), 39-64. <https://perfilesla.flacso.edu.mx/index.php/perfilesla/article/view/124>

Información adicional

Para citar este artículo:: Gallego, J. H. (2023). Los mercados agroecológicos como estrategia para la construcción de propuestas de justicia social en el Eje Cafetero y el norte del Valle del Cauca, Colombia. *Revista Luna Azul*, 57, 8-28. <https://doi.org/10.17151/luaz.2023.57.2>



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=321779978002>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

José Humberto Gallego A.

**Los mercados agroecológicos como estrategia para la
construcción de propuestas de justicia social en el Eje
Cafetero y el norte del Valle del Cauca, Colombia**
**Agroecological markets as a strategy for the construction
of social justice proposals in the Coffee Region and the
north of Valle del Cauca, Colombia**

Revista Luna Azul

núm. 57, p. 8 - 28, 2023

Universidad de Caldas, Colombia

revista.lunazul@ucaldas.edu.co

ISSN-E: 1909-2474

DOI: <https://doi.org/10.17151/luaz.2023.57.2>