

PRODUCCIÓN, MERCADEO Y RECURSO AGUA EN UNA COMUNIDAD INDÍGENA DE CHIAPAS, EN TIEMPOS DE LA COVID-19

José Francisco Hernández Ruiz^[1], Juan Carlos Velasco Santos^[2]
El Colegio de la Frontera Sur

Palabras clave: Betania, tianguis, agua

INTRODUCCIÓN

El propósito del documento es reflexionar sobre los procesos de producción y mercadeo de productos agrícolas y del recurso agua en el contexto de la pandemia por COVID-19 en la localidad indígena de Betania, del municipio de Teopisca Chiapas. Esto, como parte del trabajo en comunidades que realiza el Grupo de Estudios Socioambientales y Gestión Territorial de El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR), que tienen como misión contribuir al desarrollo sustentable de la frontera sur de México, Centroamérica y el Caribe a través de la generación de conocimiento, la formación de recursos humanos y la vinculación con la sociedad desde las ciencias sociales y naturales.

Betania experimentó una rápida transformación económica y social durante las últimas tres décadas. Por otra parte, los productores mantienen pequeñas parcelas agrícolas donde implementan diversas prácticas y un aprovechamiento racional del agua, logrando su autosubsistencia, es decir,

seguir viviendo dignamente mediante la diversificación de la parcela con milpa, hortalizas, flores y frutales, lo que permite continuar con su estrategia de vida ^[1].

La COVID-19 recuperó de nuevo la organización comunitaria y prácticas sociales inéditas que fueron recobrando el protagonismo, como la **solidaridad**, el **apoyo mutuo** y la **cohesión comunitaria**, que son **indispensables para sobrevivir y tomar decisiones para la conservación de sus recursos**, entre ellos el agua ^[2]. Éste es el caso de productores y campesinos de Betania, que acuden al mercado procurando que éste no cierre sus puertas al abasto de productos agrícolas para sus habitantes.

DATOS GEOGRÁFICOS E HISTÓRICOS

Betania se ubica en Teopisca, Chiapas, con una altitud de 2199 msnm y una latitud 16:362 y longitud -92:311. De acuerdo con INEGI, 2010, la población para ese año era de 2274 habitantes: 1043 hombres y 1231 mujeres. Aspectos culturales que caracterizan a Betania:

99.1% de sus habitantes son indígenas y 84,96% habla una lengua indígena.

La población indígena expulsada por motivos religiosos en 1970 y 1980 fundó nuevos asentamientos en zonas periféricas y rurales del municipio de Teopisca [3]. Éste es el caso de Betania, que se funda en 1980, la cual pasó de ser un poblado incipiente a una gran ciudad de campesinos. Esta localidad creció aprovechando el flujo de personas y productos que ofrecen en la carretera panamericana que comunica a San Cristóbal y Comitán.

A finales de 1997, en Betania se ubicaban 520 familias, de las cuales el 65.8% provenía de Chamula, 20% de San Cristóbal y el resto de Teopisca, Zinacatán, Huixtán, Chenalhó y Tenejapa. Un alto porcentaje de la población posee parcelas menores a una hectárea, sin embargo, el 49.5% tiene tierra para cultivo donde siembran productos para el autoconsumo y en pequeña escala para su comercio [3].

DEL TIANGUIS AL MERCADO DE BETANIA

En Betania comenzó a funcionar un tianguis, donde su principal función era la socialización

de los grupos indígenas que colonizaron el lugar y comercializar e intercambiar algunos excedentes de la milpa. Posteriormente, se estableció como un mercado permanente en 1993 con la ampliación de la superficie agrícola y el aprovechamiento de pequeñas fuentes de agua, para el comercio de frijol, calabaza, hortalizas, flores y excedentes de la milpa que se producen en la zona caliente y fría de la localidad, además de otras actividades vinculadas al recurso forestal, madera, leña y carbón.

Durante la pandemia por COVID-19, el mercado de Betania no podía cerrar sus operaciones, porque varias familias dependían de sus actividades. **El mercado es un espacio al interior de la localidad donde se concentran productores, campesinos y comerciantes que encuentran su sustento cotidiano entre los diferentes grupos étnicos involucrados** en la producción y comercio de productos agrícolas.

El mercado se caracteriza por no contar con una estructura cerrada: La actividad se realiza a lo largo de cinco cuadras donde se ubican más de 150 locales permanentes y un tianguis con más de 350 puestos, para la venta de diferentes productos agrícolas y de primera necesidad.



Productores y comerciantes del mercado de Betania (Fotografía: Juan Carlos Velasco Santos).

En el exterior del mercado convergen organizaciones de taxis y mototaxis con más de 150 integrantes que, brindan el servicio a las áreas rurales. De la misma manera, se encuentran 3 refaccionarias, 4 panaderías, 5 establecimientos con venta de celulares, 5 tiendas de abarrotes, 4 ferreterías, 3 rosticerías, 4 tortillerías, 5 cocinas económicas, 3 carnicerías, 3 taquerías, 5 locales con venta de frutas y establecimientos con venta de

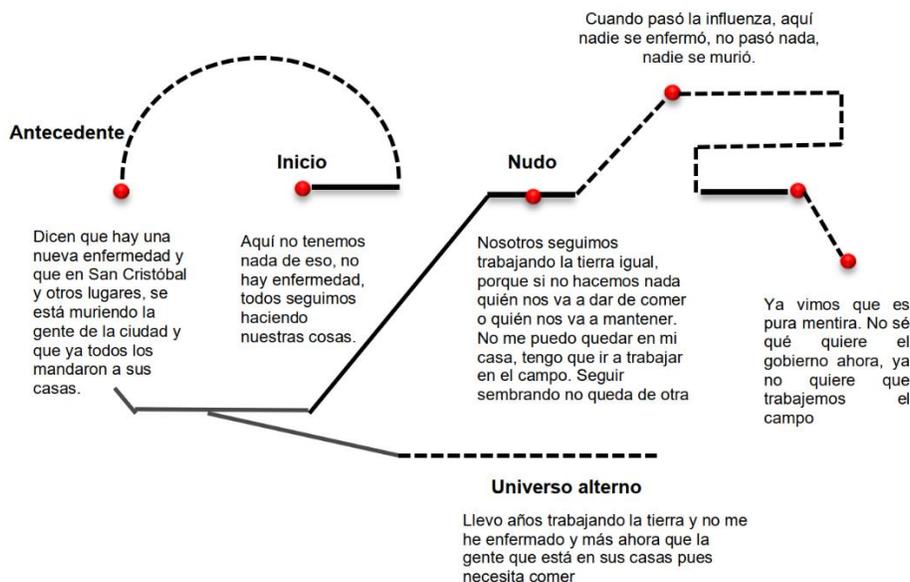


Productores y comerciantes del mercado de Betania (Fotografía: Juan Carlos Velasco Santos).

madera, leña, carbón y vendedores ambulantes.

PANDEMIA POR COVID-19 EN BETANIA

¿Cómo se vive la pandemia por COVID-19 en Betania? Algunas consideraciones se ilustran en la siguiente figura:



Anécdota de la población de Betania sobre la COVID-19 (Elaboración propia).

El mercado de Betania se convirtió en un espacio para obtener información sobre la pandemia, medir el riesgo y tomar decisiones para el desarrollo de sus actividades productivas. *“Vimos y escuchamos que nadie se ha muerto y como dicen los abuelos, lo que dice la tierra y de las señales en el cielo, podemos seguir viviendo un poco más”*. Consideraciones que se reafirman en lo religioso y en lo vivido, como parte de las estrategias para enfrentar la pandemia por COVID-19 por la población indígena campesina durante 2020.

En otro sentido, el comisariado ejidal mencionó: *“Reconocemos que tenemos otras enfermedades diferentes a las de la ciudad, aquí no hay grandes farmacias, se curan las enfermedades con plantas y otras cosas como la fe, la oración y el agua”*. Otra percepción es

dictada por el agente municipal: *“Primero el gobierno nos sacó de nuestras comunidades, ahora nos regresa a nuestros pueblos, eso nos gusta porque volvemos a nuestras raíces, al contacto con la Tierra, con el agua y con la naturaleza”*.

PRODUCCIÓN Y RECURSO AGUA EN BETANIA

Los campesinos han mantenido el legado de más de 10 mil años de agricultura, preservando la biodiversidad y produciendo alimentos sanos con un esquema de cuidado y respeto por el recurso agua. Siete de cada 10 campesinos cultivan milpa y 6 de cada 10 cultivan milpa y frijol en pequeñas parcelas que no sobrepasan 3 hectáreas, todas ellas de temporal [4].

En estas parcelas se produce un sobrante que se destina al mercado. Con la pandemia, los actores que se encuentran trabajando en y para el campo poseen capacidades y nuevos aprendizajes para manejar sistemas

agroalimentarios más amigables con el agua, resilientes, sostenibles, permitiendo mejorar la autosuficiencia alimentaria de maíz, frijol y de otros productos agrícolas.



Actores clave del proyecto Pronaces REA-Ticul (elaboración propia, 2021).

En este sentido, productores y campesinos de Betania argumentaron durante pláticas informales que, con la pandemia, la tierra no se paró, los cultivos, siembra y cosecha continuaron y los excedentes se tenían que llevar al mercado, no sólo para comercializarlos, sino **para compartir los alimentos con la población local y evitar el desabasto**. Otros recurriendo a costumbres y tradiciones mencionaron: *“Si vamos a morir, que sea lo que Dios quiera, ¿qué más podemos hacer? Nada, sólo Dios”*.

Por otra parte, dijeron que era momento de solidaridad con los demás:

“Si no se trabaja el campo, ¿qué va a comer la gente? Nosotros respetamos los ciclos

productivos, del agua y religiosos en Semana Santa, es necesario cultivar hortalizas y frutas. En Todos Santos se siembra calabaza, chayote, elote, frijol. Todo para asegurar el autoabasto y las semillas para el próximo ciclo”. P. González (comunicación personal, 17 de mayo, 2021).

Los productores de tierra caliente cuentan con mayor superficie agrícola y diversificación productiva. Sin embargo, dependen del ciclo de temporal. En cambio, productores de tierra fría cuentan con pequeñas superficies y como estrategia implementan cultivos de ciclo corto con bajo consumo de agua, que les permite incorporarse a los mercados de Betania, Teopisca y San Cristóbal.

Por lo tanto, es inevitable continuar incentivando la autosuficiencia local y familiar, fomentando el consumo de alimentos locales y regionales. También es necesario asegurar el acceso a los recursos naturales para poder producir alimentos, como son el agua, la tierra, agrobiodiversidad y el rescate de conocimientos y saberes locales.

CONCLUSIONES

Se visualiza el regreso a la comunidad de las actividades agrícolas, mejorando las prácticas y aprovechamiento sustentable del agua para su desarrollo y conservación. Este regreso es una opción más segura ante la pandemia y por la saturación del comercio informal donde se

inserta la gran mayoría de la población sobre todo en las ciudades de San Cristóbal, Comitán y Tuxtla Gutiérrez, que, a decir de los comerciantes, productores y campesinos, en estos mercados ya no se vende.

Teniendo en cuenta que la producción agrícola está soportada por ejidatarios y pequeños propietarios que desarrollan diversos cultivos para abastecer mercados con productos frescos [5][6], los mercados locales como el de Betania tienen gran importancia para reducir el impacto de la pandemia sobre el confinamiento, sobre las actividades económicas, el empleo, así como otros problemas que tensan y desgastan recursos naturales como el agua.

REFERENCIAS

¹ Bartra A. (2020). El virus, la sociedad, el estado *La Jornada del Campo* núm. 153.

² Bartra A. (2020). Coronavirus. Comienza la gran convulsión del tiempo. *La Jornada del Campo*, núm. 151.

³ Robledo Hernández G. P. y Cruz Burguete J. L. (2003). Los Altos de Teopisca, Chiapas. Las nuevas identidades de los expulsados por motivos religiosos. *Revista Sociológica*, vol. 18, núm. 52, mayo-agosto, pp. 79-116.

⁴ Robles Berlanga H. M. (2020). *Producción para el bienestar. Estrategias de acompañamiento técnico. Producción y comercialización agrícola: Buscando saltar el cerco de la pandemia*. En seminario “La sociedad rural frente a la pandemia del COVID-19: Experiencias y alternativas”. Asociación Mexicana de Estudios Rurales A.C., AMER, 30 de octubre 2020.

⁵ Sánchez Saldaña K. (2020). *Buscando saltar el cerco de la pandemia en Morelos*. Producción y comercialización agrícola: Buscando saltar el cerco de la pandemia. En seminario “La sociedad rural frente a la pandemia del COVID-19: Experiencias y alternativas”. Asociación Mexicana de Estudios Rurales A.C., AMER, 30 de octubre 2020.

⁶ García Bustamantes R. (2020). *La experiencia del Tianguis Alternativo de Puebla*. Producción y comercialización agrícola: Buscando saltar el cerco de la pandemia. En seminario “La sociedad rural frente a la pandemia del COVID-19: Experiencias y alternativas”. Asociación Mexicana de Estudios Rurales A.C., AMER, 30 de octubre 2020.

¹ Técnico académico titular, Departamento Agricultura Sociedad y Ambiente, Grupo Académico Estudios Socioambientales y Gestión Territorial. El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR)

² Técnico académico titular, Departamento de Salud, Grupo Académico Salud. El Colegio de la Frontera Sur (ECOSUR)