

Índice

PRESENTACIÓN	11
PRÓLOGO	13
INTRODUCCIÓN	19
Ubicación y relevancia del estudio	21
Argumento	24
El contexto teórico de la investigación	29
Discursos y poder en el campo mexicano	32
Antecedentes de las CAI de mango y la dinámica comercial y competitiva en Chiapas	36
Organización del libro	39
I. PERSPECTIVAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS EN EL ESTUDIO DE LAS CADENAS AGROINDUSTRIALES Y LA GLOBALIZACIÓN	43
Aportes y debilidades de los análisis de economía política en las CAI.	
Nuevos derroteros	45
Cadenas agroindustriales y globalización	53
Procesos hegemónicos en las cadenas agroindustriales: pluralidad y lucha entre proyectos parciales	57
<i>Hegemonía como procesos</i>	59
<i>Discursos, prácticas discursivas, poderes</i>	62
<i>Los discursos en las dinámicas socioculturales de las CAI</i>	64
<i>Una oportunidad de investigación</i>	77
Hacia la comprensión de la construcción de cadenas agroindustriales	79
Métodos de investigación	83

II. LA CONSTITUCIÓN DE UNA REGIÓN AGROEXPORTADORA	91
Y EL PODER REGIONAL	
La complejidad del concepto región: un acercamiento desde los	
proyectos de los actores sociales y su relación con el espacio	93
Chiapas: riqueza natural y marginación social	96
Los problemas de delimitación de la región Soconusco-Costa	99
El Corredor Costero: una región sociocultural de plantación	102
Las dinámicas de “frontera”	107
Los actores de la “instalación del capitalismo”	109
El discurso de la autonomía regional, frente a la intervención	
selectiva del Estado	114
Diversidad, diferenciación social y poder	120
La producción y los productores de mango	127
Diferenciación en acción	132
La emigración, nuevo rostro de la exportación	139
Reflexiones	142
III. LA PRODUCCIÓN DE UNA MERCANCÍA AGRÍCOLA COMPETITIVA:	
CRISIS REGIONAL Y NUEVOS PROCESOS HEGEMÓNICOS	147
La transformación de la intervención del Estado en la agricultura.	149
Cambios en la agricultura regional	155
El mango: una oportunidad ante la crisis	158
El mango ataulfo: entre la innovación agrícola y la dominación	
regional	162
La lucha por los canales de comunicación con el Estado	169
Procesos y prácticas de los actores en la adopción	
de una nueva mercancía	175
El éxito agrícola de Mazatlán y la incertidumbre	
de los agricultores de mango	178
Buscando opciones a la crisis del algodón	181
Diversidad de situaciones de los productores	184
Experiencias de la agricultura y agricultores de mango	
en Villa Comaltitlán	190
ZRP y la identidad campesina	191
La diversidad y transformación de la agricultura	197
La plantación del mango	200
Los cambios vistos en su heterogeneidad	201
Reflexiones	209

IV. INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA SANIDAD DEL MANGO COMO FORMA DE COMPETITIVIDAD Y PODER	213
La definición cultural de la calidad del mango y su apropiación como sanidad	215
La tecnología social de sanidad	222
Sanidad, mango ataulfo, monocultivo y ambiente	224
Sanidad del mango y campos de poder	229
<i>Contiendas por la sanidad</i>	243
<i>La “paga”, la sanidad, y el Estado</i>	245
<i>El trabajo de los técnicos de sanidad frente a los agricultores.</i>	249
Sanidad para la competitividad: el marco discursivo y el poder del Estado	254
Reflexiones	259
V. LA COMPLEJIDAD DE LAS RELACIONES ENTRE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES. ¿LUCHAS POR EL MERCADO INTERNACIONAL O ESTRATEGIAS DIVERSIFICADAS LOCAL-GLOBAL?	265
La organización y configuración de la comercialización	268
<i>La importancia del mango en la producción y comercio global de frutas y hortalizas</i>	268
<i>Comercialización de frutas en México</i>	270
Actores de la comercialización de mango en el Corredor Costero	273
Alianzas y luchas entre productores y comercializadores	284
<i>El empuje de los comerciantes</i>	284
<i>Relaciones con los productores.</i>	286
Las prácticas de los agricultores frente a las estrategias de los comerciantes y las reglas de sanidad	291
<i>Las prácticas de compra-venta.</i>	294
El poder de los comerciantes y las dinámicas de las CAI	302
<i>Odiseo: La identidad compleja del comerciante</i>	304
<i>Sebastián: Comercializar para ayudar a los productores.</i>	306
<i>Carlos: Los intereses diversos de los comerciantes y el apoyo en los productores</i>	309
<i>Grupo Cabello: El poder negociado</i>	311
<i>Emiliano: El comercializador que sueña con producir</i>	314
<i>Los orígenes</i>	315
<i>Buscando oportunidades en la ciudad de México.</i>	316
<i>Lograr el sueño de la producción</i>	318

Construir las cadenas	319
La organización de la producción y distribución de mango desde Chiapas	322
Reflexiones	327
 VI. LAS PRÁCTICAS DE LOS PRODUCTORES RETANDO EL DISCURSO	
DEL VALOR-COMPETITIVIDAD	333
Raúl: Cultura y economía en la competitividad agrícola	335
<i>Trabajar y producir el algodón</i>	335
<i>Racionalidad económica y relaciones sociales</i>	338
<i>La producción y comercialización de mango</i>	340
<i>Liberar al mercado o liberarse de los productores</i>	344
<i>El aporte de la agricultura y el bienestar social.</i>	346
José: el campesinado y la lucha por el desarrollo	347
<i>Vida y trabajo</i>	348
<i>La diversidad de la agricultura y la sanidad</i>	351
<i>Las ganancias de la comercialización</i>	357
<i>Tecnología de campesino: las prácticas de cultivo y el conocimiento</i>	361
<i>Campesinos, Estado y desigualdad</i>	363
La instrumentación del programa Sistema-Producto:	
Unión de desiguales	368
Reflexiones	374
 VII. LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN MANGO ATAULFO DEL SOCONUSCO, CHIAPAS:	
LA CONTINGENCIA EN LA COMPETITIVIDAD GLOBAL AGROALIMENTARIA	381
La especificidad de la DMA: entre la dominación regional y la fragmentación del poder	383
AMEX: La globalización y la apropiación simbólica y real de una mercancía	390
<i>Mango Champagne: El mercado operando contra la identidad y el poder regional</i>	395
<i>El poder global</i>	400
Reflexiones	402
 CONCLUSIONES	407
 BIBLIOGRAFÍA	421
 LISTA DE ABREVIATURAS	445