

CONVEAGRO y la campaña “TLC así no”

Un análisis desde la perspectiva de los Movimientos Sociales y la Cooperación Internacional

Alejandro Diez Hurtado¹
Febrero 2008.

Plan del texto

Introducción (pendiente)

1.- Marco teórico y de análisis del proceso

Debates y tensiones en la definición de movimiento social (MS)

2.- La campaña contra el TLC (antecedentes, campaña, post campaña)

El TLC peruano en su contexto global

La oposición y las campañas contra el TLC

Caracterización de la acción colectiva

La estructura de oportunidades políticas (EOP)

3.- Conveagro como organización y la organización de la campaña

Conveagro como organización y como institución

La organización de la campaña o las estructuras para la movilización

4.- Los discursos y la identidad en la campaña

Slogan, declaraciones y comunicados

5.- Oxfam y la cooperación en el proceso

Balance: logros y sinsabores de la campaña

Los resultados de la campaña

Perspectivas

Anexos

Recuadro 1. Definiciones de Movimiento Social

Recuadro 2. Miembros de Conveagro (2006)

Introducción

Este trabajo procura analizar la campaña “TLC así no”, desarrollada en el Perú por un consorcio de organizaciones entre los años 2005 y 2006, poniendo particular énfasis en el rol jugado en el proceso por Conveagro, un gremio agrario de proyección nacional, que se constituyó en el principal soporte de movilización y organización del movimiento.

El enfoque solicitado para el análisis de la campaña es el de los llamados “Movimientos Sociales”, un marco teórico y analítico surgido de las Ciencias Sociales en las últimas décadas, para explicar una suerte de fenómenos colectivos complejos y dinámicos, frecuentes en la llamada “aldea global”, el espacio interconectado internacionalmente que caracteriza algunos de los fenómenos sociales y políticos de finales del siglo XX e inicios del siglo XXI.

¹ Este trabajo se ha beneficiado de los comentarios de Jenny Carmelino y Zorobabel Cancino.

Este trabajo tiene como finalidad esbozar de manera analítica las características de la campaña en tanto movimiento social, haciendo hincapié en el rol de la organización y de la cooperación internacional en el proceso.

Para ello, se ha trabajado principalmente sobre tres fuentes básicas de información: 1) material producido por y durante la propia campaña (página web, comunicados, publicaciones, noticias y otros); 2) material secundario sobre la campaña o relacionada con ella; y, 3) un corto número de entrevistas a actores involucrados en la misma².

Para el análisis del material fue necesario elaborar un pequeño marco analítico ad hoc sobre los MS, que configurara el itinerario que seguimos en este trabajo. El material acopiado fue luego ordenado cronológica y temáticamente de acuerdo a un índice generado desde el marco teórico.

El núcleo del trabajo se sustenta en la característica fluida y multiforme de la campaña, que puede ser considerada Movimiento Social en la medida en que se inserta en procesos más amplios y continuos de movilización social, que la anteceden y suceden. La campaña termina reuniendo una serie de características que permiten efectivamente caracterizarla como Movimiento Social en gran parte por las propias indeterminaciones del concepto que utilizamos.

Más allá del logro del propósito principal de la campaña “TLC así no”, el proceso es juzgado como exitoso por sus propios actores en la medida en que permitió poner sobre la agenda temas agrarios importantes para el sector y las organizaciones agrarias pero también, y sobre todo, porque la propia campaña fue instrumentalizada por Conveagro para apuntalar su propio desarrollo institucional.

Este texto se divide en cinco capítulos. El primero desarrolla un breve marco teórico sobre los Movimientos Sociales. El segundo aborda el proceso general de la campaña en el marco de los movimientos y procesos contra la expansión de las áreas de libre comercio en las Américas. El tercero y el cuarto abordan el análisis de los componentes del movimiento, de un lado su organización y oportunidad y del otro su discurso y su construcción de identidad. Finalmente, abordamos brevemente el rol de la cooperación en el proceso, terminando con algunas reflexiones de balance y perspectivas

1.- Marco teórico y de análisis del proceso

“El concepto de movimiento social hace referencia a un conjunto cambiante de relaciones de protesta que emergen en el seno del capitalismo contemporáneo” (Vakaloulis 2000)

Debates y tensiones en la definición de movimiento social (MS)

No existe una única definición de “Movimiento Social”. Si bien los científicos sociales coinciden respecto de las condiciones en las que surgirían, no hay consenso sobre sus características, existiendo más bien una serie de debates y dilemas sobre ellas. Para entenderlo, desarrollaremos brevemente los tres puntos (Contexto, Definición y características y Tensiones en la definición). Luego propondremos un marco analítico para su análisis.

Cuándo y porqué surgen. De acuerdo a varios autores, los movimientos sociales son fruto de los conflictos nacidos en el más reciente proceso de expansión del capitalismo, comprenden una serie de acciones marcadas por la disputa, el conflicto y el enfrentamiento entre grupos sociales, de forma directa e indirecta tanto en el marco material de las relaciones de poder cuanto en los

² Se realizaron entrevistas a miembros de Conveagro vinculados a la campaña y al proceso: Luis Zúñiga (presidente de Conveagro); Federico León (representante de la Asociación de Algodoneros); Efraín Gómez (secretario ejecutivo); Antolín Huáscar (presidente de la CNA); Juan Rheineck (tesorero); Fernando Romero (Oxfam GB).

imaginarios y sociales respecto a los valores, normas y justicia de las acciones emprendidas y contestadas (Vakaloulis 2000; Giarraca 2002). Los MS son al mismo tiempo respuesta y oposición a las reformas liberales, pero también pueden ser, y frecuentemente lo son, producto de las posibilidades democráticas y de generación de espacios públicos generados por las mismas reformas (Laserna sf). En todo caso, se habla de MS respecto de una serie de fenómenos generados desde mediados de la década del 90, como parte de los procesos generados a partir del llamado “consenso de Washington” (Seoane 2006: 88). Estos movimientos son por lo general difusos, incompletos, no formalizados, fuertes y débiles al mismo tiempo³. Los NMS tendrían además tres elementos característicos: 1) una dinámica de apropiación territorial, 2) una práctica y una discursividad atravesadas por una intensa experimentación democrática y 3) la emergencia de un nuevo internacionalismo (Seoane, Ibíd.).

Definición y características de los MS. Más allá de las discrepancias y matices (ver recuadro 1), consideramos que las definiciones sobre MS se construyen sobre una constante y cuatro grandes tópicos o aspectos sobre los que los diversos autores consultados toman opción.

La constante es la definición de los MS como procesos que involucran acciones colectivas⁴ que se desarrollan de acuerdo a condiciones y con características variables dependiendo de las decisiones adoptadas de acuerdo a:

- 1) Actores (quienes los desarrollan): las definiciones incluyen: actores políticos colectivos, redes de individuos y organizaciones, actores y estructuras difusas, insistiendo algunos en la inexistencia de especificación de roles entre los diversos agentes involucrados.
- 2) Acciones que desarrollan: por lo general referidas a la participación y movilización, oscilando las definiciones entre el carácter convencional, no convencional o múltiple de las mismas; asimismo, se insiste en el carácter trasgresor y/o conflictivo de dichas acciones.
- 3) Causas, objetivos y propósitos de los MS: oscilarían entre la búsqueda de la ruptura del sistema hasta la búsqueda de la inclusión de otra visión del mundo; entra ambas posiciones polares una revolucionaria y la otra en el ámbito de los imaginarios, los MS disputarían entre gritos confrontados tanto recursos como valores y “sentidos” de las cosas. En cualquier caso, los MS supondrían la voluntad de generar un cambio en las condiciones actuales (por lo general, los MS aparecen primero como reactivos antes de tornarse propositivos)
- 4) Identidad e integración simbólica: se discrepa sobre el grado de integración inherente a los MS, algunos autores señalan la necesaria integración simbólica y la identidad entre sus participantes (Touraine) en tanto que otros se conforman con la existencia de un “traslape” (Bebbington) que permita un marco común de intereses.

Tensiones y dilemas en el análisis de los MS: Las diversas posturas referentes a los tópicos de la definición, sumados a algunos otros aspectos no necesariamente comunes entre los diversos autores, nos llevan a configurar un cuadro de “dilemas” a tomar en cuenta en el análisis de los MS:

- 1) Las fronteras del movimiento: no todos los autores distinguen claramente entre organizaciones, redes y movimientos sociales; si a ello le sumamos la variedad de las acciones que desarrollan y sus múltiples campos de acción, no siempre queda claro que fenómenos y agentes engloba finalmente un MS (se trata de uno o de varios MS?). En cualquier caso, ¿qué relación guardan MS con organizaciones y redes?

³ Por estas características, algunos autores (Gledhill 2000), se preguntan si no son más una invención romántica de analistas con ideas de izquierda, ex revolucionarios extraviados en el capitalismo, que una “realidad social”.

⁴ Hay matices al respecto algunos autores como Bebbington hablan explícitamente de “procesos de acción colectiva”; otros, como Rimisp se refieren más bien a “acciones en procesos sociales”; otros, como Melucci los consideran acciones colectivas en el marco de una teoría procesual (citado en Giarraca 200X 255); y se podrían señalar otros matices que no afectan la idea fuerza.

- 2) La constitución y conformación del MS, (¿es estructurado? y si lo es ¿es jerárquico o no jerárquico?), su asignación de roles (¿es difusa o es planificada?); se sabe que hay diferencias de poder y de información (¿son negativas o son una ventaja?)
- 3) El potencial transformador de los MS: ¿pueden en último término modificar el statu quo o sólo tienen posibilidades más limitadas? Dentro de esta preocupación se ubica además la relación de los MS con el Estado: es su principal interlocutor o se refieren y relacionan más con la sociedad civil?. ¿Cuál es en último término el ámbito de influencia de los MS?.
- 4) El ámbito en el que existen o se producen: Existe cierta indeterminación respecto del ámbito espacial en el que producen los MS: ciertamente tienen una expresión localizada pero su ámbito de acción afecta ámbitos estatales y supra estatales, y tiene fuertes componentes que sólo se explican por la existencia de un mundo interconectado y globalizado.

Tomando en cuenta lo antecedente, ¿qué bases metodológicas y analíticas adoptar para comprenderlos y para analizar el caso del movimiento “TLC así no”? A partir de la revisión de la literatura existente, optamos por un marco que contemplara en primer lugar la distinción analítica entre acciones y discursos (Mouriaux y Bérout 2000) y seguidamente que diera cuenta de los dos grandes paradigmas para el análisis de la acción colectiva: la movilización de recursos y la identidad (Tarrow y Tilly vs Touraine). Así, nuestro derrotero analítico (cuyas referencias teóricas específicas señalaremos en cada apartado) comprenderá un libretto en cinco apartados: 1) el análisis del proceso; 2) La estructura de oportunidades políticas (capítulo dos); 3) la organización y los recursos movilizados (capítulo tres); 4) los discursos del movimiento (capítulo cuatro); y, 5) resultados e impactos (capítulo cinco).

2.- La campaña contra el TLC (antecedentes, campaña, post campaña)

El TLC peruano en su contexto global

Los antecedente contemporáneos de los TLC latinoamericanos son la “iniciativa para las américas” lanzada por el presidente Bush en 1990 y la propuesta de constitución del Area de Libre Comercio en América (ALCA) a fines del 1994, bajo cuyo influjo se firma el TLCA entre los Estados Unidos, Canadá y México (ref Oxfam 2006).

La propuesta de un ALCA fue muy criticada y concitó una serie de protestas y movimientos contestatarios a lo largo de América latina. Ello, sumado a la oposición de los gobiernos en las rondas de negociaciones de la OMC generó una suerte de “barrera” o limitación para la extensión de una economía comercial neoliberal mundial.

La generalización de tratados bilaterales de Libre Comercio entre los países del primer mundo y los nuestros parece ser una respuesta de las potencias mundiales ante ambos fracasos. Tendrían como finalidad no sólo expandir la economía neoliberal sino y sobre todo: expandir mercados del primer mundo, garantizar acceso futuro a productos estratégicos y generar condiciones más favorables para un “mercado libre” mundial, es decir, sin barreras o límites a su expansión (Cf Oxfam 2006).

Bajo este marco, el Perú firma en 1991 el ATPA, un acuerdo sobre preferencias arancelarias a cambio de la implementación de mayor control del tráfico de drogas. El acuerdo inicial se renovarían, con características más comerciales en el 2002 con el nombre de ATPDA, con validez hasta diciembre del 2006.

El proceso del TLC con los Estados Unidos se inicia en Noviembre del 2003, cuando se anuncia la intención de establecer un tratado comercial especial con los países andinos (Perú, Colombia y Ecuador). Tras una serie de reuniones preparatorias se inicia una serie de rondas de negociaciones entre los cuatro países (18 mayo 2004), rotando las sedes. Las negociaciones tripartitas se detienen el 23 de noviembre del 2005, cuando los tres países andinos se retiran de

la negociación, aduciendo la imposibilidad de llegar a un acuerdo. Perú y Colombia retomaron luego las negociaciones para la firma de TLCs particulares. La negociación con Perú se acelera, cerrándose la negociación el 7 de diciembre del mismo año.

El tratado es firmado el 12 de abril del 2006 (en plena campaña electoral), ratificado por el congreso peruano el 28 de junio (antes del cambio de gobierno). Tras la asunción al gobierno de Alan García, se encarga de las negociaciones a Hernando de Soto, iniciándose una serie de visitas a los Estados Unidos para lograr la ratificación del tratado, la que se obtiene tras la renegociación de pequeñas adendas –a solicitud de los USA-, en diciembre del 2007. Se anuncia entonces la necesidad de desarrollar un “TLC hacia adentro”, para adecuar las condiciones internas para la implementación del tratado internacional⁵.

La oposición y las campañas contra el TLC

Tanto las diversas iniciativas de liberalización comercial como el proceso de negociación y firma del TLC fueron contestadas y protestadas por una serie de colectivos nacionales e internacionales. En esta apartado analizamos la secuencia de campañas y las acciones desarrolladas durante las mismas.

Una visión de conjunto muestra que la campaña “TLC así no” se inscribe en una serie de campañas de oposición a las áreas y tratados de libre comercio con expresiones nacionales e internacionales. Su antecedente directo son los movimientos de protesta contra el TLC organizados por un colectivo de instituciones peruanas, con conexiones y espacios de encuentro internacional, que comienzan antes del anuncio de intención como parte de los movimientos internacionales contra del ALCA. Es fruto de estas articulaciones que durante el 2004 se lanza la propuesta de someter el TLC a un referéndum, iniciándose una campaña de recolección de firmas. En paralelo, y aparentemente sin conexión con esto, Conveagro y otras instituciones que impulsarían la campaña participaban en las negociaciones del CENI y en las reuniones de la “sala de al lado” en las negociaciones del TLC.

Cuadro 1. Línea de tiempo campañas contra el TLC

2003	2004	2005	2006	2007
	Anuncio de intención	Inicio 18 mayo primera ronda al final de negociaciones	Firma y ratificación Perú	Negociación en USA Para ratificación por congreso
		Participación en CENI	Incidencia y negociación política	
		Campaña TLC así no		Campaña internacional
	Campañas de oposición al ALCA y TLC	Campaña referendum		

La campaña tiene su momento punta y más denso a lo largo del año 2005, disminuyendo en el 2006 cuando más bien se orienta y privilegian las acciones de incidencia política en el contexto electoral; el acuerdo refirma y ratifica de todas maneras: “sí o sí”, según célebre frase del presidente Toledo. Tras el cambio de gobierno, la campaña interna decae, generándose algunas acciones de incidencia e intento de influencia internacional, para evitar la ratificación del tratado por el congreso de los Estados Unidos al mismo tiempo que Conveagro retoma sus antiguas propuestas (Plataforma Agraria) y empieza a formular otras nuevas.

⁵ Es de señalar que este se constituye en el primer TLC internacional firmado por el Perú, que desde entonces considera una prioridad de comercio internacional el establecimiento de tratados semejantes con muchos otros países, manteniéndose a la fecha negociaciones con la Unión Europea, Tailandia, Chile, China, Canadá y otros.

Una primera interpretación del proceso muestra que la campaña no puede ser mirada aisladamente del conjunto de acciones tanto de las movilizaciones internacionales, como de las acciones y campañas internas, además de la secuencia de la firma “formal” del tratado. Una segunda constatación es que si bien en su conjunto los movimientos de protesta parecieron anticiparse a los hechos, sus acciones y procesos fueron reactivos y consonantes al proceso oficial del TLC.

Caracterización de la acción colectiva

En el marco del análisis de los movimientos sociales, se destaca la distinción entre las acciones consideradas legales e ilegales pero sobre todo entre aquellas que trasgreden el status quo (en dos ámbitos: el orden público y el sentido común⁶) y aquellas que no lo hacen⁷. Así, las “formas de la acción” son centrales en el análisis, para ello se suele distinguir entre las “formas de lucha” y los niveles de la acción.

Entre las acciones que caracterizan los MS se cuentan tanto aquellas subterráneas, previas, como aquellas más evidentes, y colectivas, que dan cuenta de la “extensión” de la acción (Mouriaux y Bérout 2000). Todas estas acciones suelen tomar la forma de un “repertorio de contención” (contention), culturalmente codificado por la que la gente interactúa en las disputas políticas (McAdam, Tarrow y Tilly 2001, citado en Villalón 2007).

Por lo general, las acciones de los movimientos sociales expresan descontento, formulan peticiones y buscan conseguir adhesión de otros actores o de la opinión pública; además, eventualmente, se expresan muchas veces fuera de espacios convencionales, recurren a elementos espectaculares para captar la atención y expresan la identidad del grupo, pero, ante todo buscan mostrar su “legitimidad social” (Cf. Martínez 2006: 10)⁸. Es de señalar que, según algunos autores, los NMS se caracterizarían por cierta generalización de medidas o acciones confrontativas (Cf. Seoane 2006: 90).

En el marco de la campaña se desarrolló una serie relativamente grande de acciones de diverso tipo y ejecutadas por distintos actores. La multiactividad en la campaña corresponde a los patrones de los NMS y como en ellos, las acciones colectivas y movilizadoras representaron sólo una pequeña parte del conjunto. Una mirada general de las acciones desarrolladas, nos invita a clasificarlas gruesamente en tres grandes categorías: convencionales, políticas y trasgresoras.

⁶ Esta distinción entre ámbitos de trasgresión es central en la discusión sobre los movimientos sociales, pues muestra una distinción de género más que de grado: la trasgresión del orden público se refiere a toda acción en principio pública que altera el orden normal de los acontecimientos y que eventualmente supone acciones ilegales o punibles, en todo caso muchas veces incluso espectaculares; la trasgresión del sentido común se refiere en cambio a acciones que van en un sentido diferente del sentido común, de la manera habitual de pensar de la población, y pueden suponer eventualmente no sólo un cambio en los discursos o los argumentos sino en la maneras de pensar y en las mentalidades.

⁷ Algunos autores insisten también en señalar el carácter innovativo de la acción como característico de los NMS, por lo que Melucci insiste en que los MS supondrían una práctica de innovación cultural y simbólica (Cf Villalón, 2007 y Escobar 1992).

⁸ Martínez clasifica las acciones de los MS en tres tipos básicos de acción colectiva: 1) relacionada con la violencia; 2) relacionada con la alteración del orden; y, 3) relacionada con lo convencional; siguiendo a Tarrow, esta tríada incorporaría tres tipos de propiedades (efectos u objetivos); el desafío, la incertidumbre y la solidaridad (ibid.).

Cuadro 2. Tipología de acciones en la campaña

Convencionales	Políticas	“Trasgresoras”
Negociación/debate (CENI) Reuniones técnicas (sala de al lado incluida) Plataforma de información Propuestas técnicas alternativas	Reuniones con candidatos Presencia mediática	Paros y movilizaciones Campaña referéndum (Reuniones en las bases) Declaraciones públicas Plataforma de información Propuestas técnicas alternativas

La mayor parte de las acciones desarrolladas por los directivos de la Campaña apostaron de alguna manera a cambiar el curso de los acontecimientos por la vía de argumentos éticos, sustentados sobre la base de análisis técnicos sobre los impactos negativos que podría acarrear la firma del tratado y sobre la participación en instancias de discusión y de soporte a las negociaciones por la participación en el CENI y en la “sala de al lado” de las negociaciones. Sin embargo, dos de las acciones convencionales contribuyeron también aunque de manera parcial con el carácter trasgresor del movimiento: la plataforma de información y la formulación de propuestas alternativas sostuvieron y dieron legitimidad a paros, movilizaciones y otras acciones más espectaculares y trasgresoras del orden público, al mismo tiempo que proporcionaban argumentos para cuestionar el “sentido común” de la opinión pública.

Aunque todas las acciones de los MS pueden ser consideradas en último término como “políticas”, queremos destacar dos acciones a las que les reconocemos más dicho carácter: la serie de reuniones con candidatos y responsables de planes de gobierno –que llegó a tener eco en el partido que finalmente llegó al poder- y la presencia mediática de los dirigentes de la campaña y en particular de Conveagro en espacios radiales de alta audiencia (como RPP), en periódicos e incluso por la TV.

Por su parte, las acciones más propiamente confrontativas y trasgresoras se desarrollaron en dos planos complementarios pero no unívocos, tanto en el ámbito del Orden Público como en el del Sentido Común.

La trasgresión del Orden Público se manifestó principalmente en las múltiples movilizaciones y paros generados a lo largo de más de dos años -y también en la campaña pro referéndum anti TLC. Dichas acciones involucraron principalmente a las bases del movimiento, aún cuando durante el período fuerte de la campaña (en el 2005), las convocatorias a paros y movilizaciones estuvieron fuertemente articuladas interna y externamente, bajo la coordinación de Conveagro. La conexión entre la dirigencia y las cabezas del movimiento y las bases regionales, locales y gremiales, fue proveída por la vieja práctica de la “bajada a bases”, típica de las movilizaciones y los movimientos agrarios⁹.

Por otro lado, el objetivo último de dichas acciones –desde la organización central del movimiento- era precisamente quebrar el “sentido común y las posiciones dominantes por la vía de la manifestación de fuerza pero también de la reflexión, por lo que declaraciones públicas y propuestas técnicas aparecieron como complementarias y legitimadoras de las movilizaciones. En cambio, desde las bases, aún cuando enarbolaban el slogan de Campaña (TLC así no), la intención aparente y no sólo aparente de las movilizaciones era el rechazo total al TLC (ver cuadro siguiente).

⁹ Las reuniones de y entre las bases comportan siempre de alguna manera un carácter trasgresor del orden público aún cuando son mecanismos habituales de la organización de los gremios agrarios.

Cuadro 3. Ámbitos de trasgresión en la Campaña TLC así no.

Ambito	Dirección de la Campaña	Bases regionales y locales
Trasgresión del Orden Público	Mínima o inexistente	Movilizaciones y paros
Trasgresión del Sentido Común	Declaraciones públicas Objetivo manifiesto: TLC así no	No al TLC

En resumen, por sus acciones y por su slogan emblemático, el movimiento se movió entre dos niveles de trasgresión diferentes, siendo estratégico el ámbito del sentido común, pues la mayor parte de sus acciones se orientaba a generar un cambio en las acciones gubernamentales mientras buscaba introducir nuevos elementos en la conciencia colectiva y la opinión pública. El nivel de trasgresión fue más formal y menos alterador del orden público en la dirección del movimiento, en tanto que entre las bases el carácter trasgresor operaba en ambos ámbitos y de manera más radical que en los primeros; mientras unos buscaban un cambio en las reglas del juego para la firma del tratado, los otros apostaban en gran medida por un cambio que afectaba también al sistema en su conjunto.

La estructura de oportunidades políticas (EOP)

El concepto de EOP ha sido desarrollado exhaustivamente por Tarrow¹⁰, con la finalidad de entender cuándo se produce un movimiento social; alude a la estructura o relaciones de poder en un sistema político en una coyuntura específica (Martínez 2006). Una sumatoria de condiciones “externas” a los actores, parte del contexto en el que se desenvuelven, ayudaría a explicar la oportunidad de ocurrencia de un MS¹¹.

El movimiento anti TLC y la campaña TLC así no, se inscriben en primer lugar en el marco general del liberalismo democrático de las últimas décadas, que proporcionan la sombrilla bajo la que se amparan todos los MS contemporáneos (ó NMS). La EOP del movimiento se construye sobre la base de cinco elementos:

- 1) Un gobierno y una clase empresarial exportadora (elites nacionales) implicados decididamente en la conservación de sus ventajas comerciales y en la integración con la economía norteamericana.
- 2) Un contexto nacional de apertura democrática, tras el proceso dictatorial de Fujimori, que brinda posibilidades de participación y movilización.
- 3) Un movimiento agrario en recuperación, tras más de una década de crisis.
- 4) Un contexto internacional propicio e interconectado en oposición a iniciativas de comercio bilateral fuera de regulaciones internacionales, que configura posibilidades de redes de información y financiamiento.
- 5) Un interés creciente entre los intelectuales y técnicos locales por hacer transparentes los posibles efectos del TLC, destacando en el conjunto los investigadores agrarios y aquellos preocupados por temas de salud.

El marco era propicio para el crecimiento y la expansión de movimientos y protestas, y para su manifestación pública. Sin embargo, una limitación importante en el marco conceptual de la

¹⁰ Tarrow define a la oportunidad política como “las señales continuas -aunque no necesariamente permanentes, formales o a nivel nacional- percibidas por los agentes sociales y políticos que les animan o desaniman a utilizar los recursos con los que cuentan para crear movimientos sociales” (Citado en Rossi 2005, p 67). Según Mc Adam, dichas señales suelen ser cambios estructurales o ideológicos del poder que hacen percibir una disminución de los costos de movilización, visualizándose aperturas institucionales, élites débiles o sinergias con otros procesos (citado en Martínez 2006: 9).

¹¹ Para hacerla explicativa, Tarrow y con él McAdam, la descomponen en cuatro elementos: a) la apertura relativa a la participación de nuevos actores; b) la estabilidad de las alineaciones de las elites; c) la presencia de aliados potenciales influyentes –eventualmente entre las elites-; y d) la propensión del Estado a la represión (Rossi 2005 y Cf. Martínez 2006).

EOP es que no proporciona elementos suficientes para evaluar el éxito de los MS y de sus acciones. Retomaremos el punto más adelante.

3.- Conveagro como organización y la organización de la campaña

La campaña “TLC así no” fue desarrollada desde una suerte de Consorcio institucional integrado por CONVEAGRO, Foro Salud, APRODEH y otras instituciones, como el Colegio Médico y la Asociación de Industrias farmacéuticas (ADIFAN). En esta sección abordaremos brevemente el análisis de Conveagro como institución central en el marco de la campaña vinculada a los temas agrarios para ocuparnos luego de la organización en si misma, abordando seguidamente las conexiones y alianzas instituidas durante la misma.

CONVEAGRO como organización y como institución

La Convención nacional del Agro peruano se crea en 1994 como parte del esfuerzo de una serie de instituciones por crear un ámbito de debate e interlocución entre los diversos agentes y actores involucrados en la problemática agraria¹². Si en sus inicios, Conveagro tomo la forma de un Foro, que se reunía anualmente para tratar una agenda de interés para las organizaciones e instituciones ligadas a su sector. Este Conveagro originario sería refundado cuatro años después (1998) sobre la base de trece de sus miembros, pasando de constituir un foro sobre temas agrarios a constituir un núcleo más orgánico y permanente con capacidad de gestionar algunos proyectos¹³.

Actualmente el propósito inicial se mantiene¹⁴ pero además Conveagro constituye y desarrolla desde su “refundación” una estructura orgánica de funcionamiento, que le da continuidad y le permite la construcción sostenida de una agenda referida a temas agrarios. Sobre esta nueva base, Conveagro crece rápidamente, incrementándose año a año el número de miembros.

Conveagro incluye actualmente (fines 2007) 37 miembros, pertenecientes a dos grandes categorías: gremios y asociaciones agrarias y organizaciones e instituciones vinculadas al tema agrario. Entre los gremios se cuentan en primer lugar asociaciones nacionales de productores de varios de los principales productos (arroz, algodón, maíz, papa, camélidos, café y otros), que suman 17 de los 22 en esta categoría; los otros cinco son las dos grandes federaciones campesinas “históricas” (CCP y CNA), dos asociaciones regionales y una asociación de empresas multicomunales. Esta composición de asociados por rubros y productos posibilita una atención específica y especializada sobre temas agrarios que marca una diferencia significativa respecto de otras formas de agremiación de décadas pasadas¹⁵. En cambio, entre las organizaciones vinculadas al agro se cuenta desde ONGs e instituciones afines (6 miembros),

¹² En su fundación participó e intervino el entonces Ministro de agricultura, Absalón Vásquez, iniciando con ello cierta práctica, que aún se conserva, de interlocución y comunicación con dicho Ministerio.

¹³ La refundación y transformación del proyecto Conveagro responde al estrechamiento de su vínculos con las ONGs (principalmente Cepes y la Coordinadora rural), al liderazgo de ciertos gremios y a la búsqueda y obtención de recursos de cooperación, desarrollando algunos proyectos que le permitieron mantener cierta vida orgánica.

¹⁴ ¿Qué es CONVEAGRO? Es un foro pluralista de análisis, evaluación técnica y concertación democrática, que no tiene funciones gremiales ni político partidarias, participan gremios de productores agrarios y de profesionales agrarios, así como entidades técnico/ científicas, o de investigación rural, prensa agraria y otras organizaciones afines que están interesadas en el debate y esclarecimiento de la situación agraria nacional. Conveagro impulsa el fortalecimiento de la institucionalidad rural, de los gremios agrarios y de las asociaciones de productores agropecuarios; por ser elementos fundamentales para el desarrollo del sector. (Tomado de:

http://www.conveagro.org.pe/quienes_somos.shtml#¿Cuál%20es%20su%20Misión?, visualizado 28 enero 2008)

¹⁵ Es de anotar que en la membrada nacional de CONVEAGRO no se incluyen ni comunidades o rondas campesinas, ni Federaciones de carácter local, provincial o regional, lo que le da a la institución un perfil bastante diferente de los gremios más clásicos, incluidos en la categoría sus socios CCP y CNA que, en teoría, median la participación de dicho tipo de organizaciones.

Asociaciones agrarias (3), asociaciones profesionales (3), una universidad, una revista y una coordinadora.

A esta membresía se le suma una estructura regional (departamental), compuesta por 16 Conveagros regionales, que cubren 6 departamentos del litoral, 8 de sierra y 2 de selva (cada una con su propio universo de socios). Ver recuadro 2.

Cuadro 4. Miembros de Conveagro y Conveagros regionales 2006-2007

	Gremios	Organizaciones	Total	Conveagros regionales
2006	19	15	34	12
2007	22	19	41	16

El órgano máximo rector de Conveagro es una asamblea general que se reúne una vez al año, en ocasión de la reunión central de la organización. Su funcionamiento cotidiano depende de un Consejo Directivo, elegido por dos años bajo la responsabilidad de un presidente¹⁶, que cuenta internamente con un Consejo Ejecutivo, integrado por el presidente, el vicepresidente, el secretario y el tesorero, más el secretario ejecutivo¹⁷. El consejo se reúne semanalmente, todos los martes, en reuniones “abiertas” en las que cualquier socio y representante puede participar abiertamente; se estima que se reúnen al menos unas 40 veces en el año. Según sus voceros, “todo es aprobado por consenso” cuando hay discrepancias –y las hay- “se tiene que acatar la decisión de la mayoría”.

Los Conveagros regionales se reúnen con menos periodicidad y en la práctica son foros y espacios de coordinación en construcción permanente. Sin embargo, su número ha ido creciendo significativamente en los dos últimos años y vienen constituyendo la base para la elaboración de agendas y plataformas agrarias regionales.

Es de señalar que Conveagro se constituye más como un frente que como una organización monolítica, por lo que su estructura se sostiene siempre bajo el signo de una eventual fragilidad. Además de compartir esta característica general con la institucionalidad de otras organizaciones peruanas, Conveagro suma dos factores adicionales:

La primera es la tensión estructural en su composición, que combina gremios e instituciones. De alguna manera, los primeros constituyen bases y articulaciones “hacia abajo” en tanto que las segundas contribuyen a la organización, la formalidad y en último término a la continuidad. Esta relación se repite en la distinción, también interna entre gremios clásicos y gremios modernos –algunos de los segundos con características y roles internos semejantes a las instituciones¹⁸.

La inestabilidad endémica del proceso de generación de propuestas conjuntas –y unitarias- entre gremios y asociaciones agrarias. Entre el 2004 y el 2006, al interior de Conveagro se han experimentado una serie de micro crisis o tensiones internas que

¹⁶ Desde su refundación, sólo tres personas han ocupado el cargo de presidente: Celestino Moya y Raúl del Aguila (representantes ambos de los cafetaleros) y Luis Zúñiga (representante de arroceros).

¹⁷ “Asamblea General Es el órgano supremo y esta conformado por los representantes de las entidades asociadas. Se reúne, en forma ordinaria, una vez al año, y de manera extraordinaria, cada vez que sea necesario”

“Consejo Directivo. Es el órgano dirigente, responsable de la orientación técnica, del manejo administrativo, y económico. El Consejo Directivo es elegido por la Asamblea General para un periodo de dos años, lo conforman nueve miembros”.

Tomado de: <http://www.conveagro.org.pe/organizacion.shtml>, visualizado 28 enero 2008)

¹⁸ Esta tensión interna se produce de alguna manera por la existencia de dos tipos de gremios agrarios: un modelo de gremio histórico, defensivo o reactivo, con características y pretensiones de representación universal y no especializada; un modelo de gremio más moderno, especializado, con características eventualmente más gerenciales y elementos de gestión administrativa más técnica y por lo tanto más propositivo.

pusieron en juego la participación e involucramiento de algunos de sus miembros: la primera con ocasión del fallido ensayo de creación del CUNGA, una suerte de frente semejante a Conveagro más marcadamente gremial; la segunda por las diferencias de posición frente al TLC entre Conveagro y la Junta de Usuarios; y, la tercera, respecto a la participación de los gremios históricos.

La aparente contradicción entre las características señaladas de la organización: frente amplio no unitario, organizada pero frágil, tensiones que devienen endémicamente en conflictos entre miembros, se explica en gran parte por la función del liderazgo personalizado en la organización. De alguna manera en Conveagro, el “líder hace al grupo” y el buen o mal funcionamiento depende en buena medida del liderazgo ejercido por personas centrales en la organización, que incluye en primer lugar al presidente como a varios otros dirigentes de gremios y organizaciones asociadas, que integran el consejo ejecutivo de la organización.

Además, como asociación de gremios agrarios, Conveagro tiene acceso y forma parte de redes importantes vinculadas al sector: desde el propio Ministerio de Agricultura (y su Ministro)¹⁹, con quienes se reúnen varias veces en el año. Conveagro participa también en el Acuerdo Nacional, en la elaboración de la carta Verde, ha estado vinculada al CENI y es uno de los frentes convocantes al CONACA.

La organización de la campaña o las estructuras para la movilización

La organización de un Movimiento Social suele estar compuesta por una serie de redes que confluyen en acciones, que visibilizan el movimiento (Tarrow) o que generan y mantienen una identidad colectiva fundada en hábitos, valores y orientaciones comunes (Touraine). Para la organización del movimiento que analizamos, y más particularmente de la campaña, nos centraremos en tres aspectos: 1) la estructura formal de la misma; 2) la estructuración de las acciones y 3) los arreglos temporales y los vínculos establecidos al interior del movimiento (entre individuos y organizaciones) que proveen al MS de recursos (humanos, económicos, materiales, simbólicos y de información). Todo esto compone lo que algunos actores llaman “las estructuras de movilización” (Cf. Martínez 2006)²⁰.

La campaña TLC así no, parece haber estado estructurada sobre la base de un organigrama –no rígido- que grosso modo se componía de seis agentes o, más propiamente, conglomerados de agentes:

1. El comando de campaña (formado por las directivas de las instituciones socias, particularmente Conveagro, Foro Salud y Aprodeh)
2. El equipo técnico (el equipo de especialistas conformado por el equipo de Conveagro-Cepes, pero también los especialistas de algunos gremios y de las agencias de cooperación)
3. Los voceros (parte también del comando, pero ante todo las (¿5?)²¹ figuras públicas individualizadas durante la campaña).
4. Las bases “orgánicas” de las asociaciones miembros de Conveagro.
5. Las bases “inorgánicas” (gremios, asociaciones, personalidades y otros convocados y reunidos en las movilizaciones de la campaña no unidas sistemática ni jerárquicamente con la misma)

¹⁹ El vínculo existe desde la primera fundación, auspiciada por Absalón Vásquez, pero se fortalece y consolida en particular durante el paso por el ministerio de Alvaro Quijandría, quien establece una frecuencia mensual de reuniones. Luego de su período, si bien no se mantiene la misma regularidad el vínculo no se ha roto y las reuniones con los ministros se suceden periódicamente.

²⁰ Este planteamiento responde a los tres aspectos que Tarrow considera significativos para el análisis de la acción colectiva: 1) la organización formal jerárquica; 2) la organización de la acción colectiva en el punto de contacto con los oponentes; y 3) las estructuras conectivas (Tarrow 2004: 178).

²¹ La presencia mediática del movimiento, además de los estudios y las movilizaciones, pareció sustentarse sobre la presencia constante de cinco voceros, los dirigentes del movimiento y del comando de campaña: Luis Zúñiga, Federico León, Miguel Caillaux, Roberto López y Pedro Francke.

6. Los contactos y redes políticas (nacionales e internacionales, que proporcionaban cobertura y funcionaban como caja de resonancia de la misma)²².

El comando de campaña otorgaba cierta “unidad” al movimiento, concitando mensajes, canalizando iniciativas, divulgando información técnica pertinente y asegurando conectividad internacional y global, además de canalizar, gestionar y administrar los recursos económicos necesarios

El conjunto de especialistas y equipos técnicos proporcionaba insumos, análisis, documentos y otros elementos para construir argumentos (y slogans) para la campaña. Su función principal era apuntalar los núcleos de argumentación por la vía de la información.

Los voceros representaron la cara pública (y mediática) de la campaña, proporcionaban opinión, presentaba los informes técnicos, comentaban y criticaban la materia de negociación; proporcionaron una cara visible al movimiento.

Las bases orgánicas del movimiento, proporcionaban soporte y legitimidad al movimiento, además de organizarse en movilizaciones, actos públicos y otras acciones colectivas. Por lo general su participación fue concertada y consultada y no siempre unitaria. Las bases inorgánicas tenían una función similar, aunque su actuación era en principio, más errática y eventual.

Finalmente, los contactos y redes políticas correspondían a dos formas diferentes de articulación e influencia: una interna, política, buscando incidir en la opinión pública nacional pero también generar incidencia y otra externa, globalizada, generando sinergias y sintonía con otros movimientos semejantes para generar impacto mediático pero también construir derroteros y estrategias de acción.

La estructuración de las acciones de todos estos conglomerados de agentes se organizó para generar efectos en varios ámbitos, incluidos algunos integrados por los propios agentes involucrados (ver gráfico).

El primero de estos ámbitos era el propio movimiento: una serie de acciones estuvieron orientadas tanto a consolidar el movimiento como a la organización de los socios y miembros involucrados en él, a darle unicidad y conducción y también a informar y capacitar sobre los posibles efectos del tratado.

El segundo gran ámbito lo constituyó la opinión pública: uno de los blancos principales de la campaña y hacia el que confluyeron los estudios técnicos, las movilizaciones y las declaraciones de los voceros; se buscó dar a conocer al gran público y a los especialistas y a las organizaciones de la Sociedad Civil, los alcances del TLC, sobre todo en los temas agrario, farmacéutico y en menor medida en el ámbito de las patentes. Para ello se propalaron slogans pero también información técnica. Aunque el grueso de la campaña tuvo su vértice en Lima, este ámbito incluye tanto los ámbitos locales y regionales, de las organizaciones y bases, pero también el ámbito de la opinión pública internacional.

Un tercer ámbito de influencia lo constituyó el espacio político de incidencia: movimientos y partidos políticos nacionales, en la etapa final y en el marco de las elecciones; pero también personalidades y congresistas norteamericanos en la última etapa, tras la ratificación en el congreso peruano.

²² Nota: ¿es necesario pensar en una estructura de comunicaciones? Se señala en entrevistas que esta función fue cumplida en parte por las oficinas de relaciones públicas de algunos de los socios y gremios de la campaña; ¿se puede adscribir a las funciones técnicas?

El cuarto ámbito lo constituyeron los espacios de diálogo, negociación, eventualmente lobby con empresarios, agentes del estado (Ministerios y otros) y el equipo negociador, en los que se buscó influir “técnica y éticamente”.

Un quinto y último ámbito de influencia lo constituyó el espacio más académico y de especialistas, tanto peruanos como de otros países, con los que se buscó y establecieron sinergias respecto al análisis de los efectos posibles del TLC.

Los espacios geográficos del movimiento lo muestran con una triple característica de movimiento de base territorial-regional (en las movilizaciones, coordinaciones y reuniones descentralizadas de difusión), pero también nacional (en el objeto de la campaña, en la interlocución con algunos agentes y por los objetivos de la misma) y a la vez “global” (por su conexión con movimientos, agentes y agencias internacionales).

Finalmente, los arreglos y vínculos establecidos son dependientes de las acciones, de los actores y de los ámbitos de acción, y de alguna manera caracterizan al movimiento. La Campaña TLC así no –al igual que la campaña anterior contra el ALCA y el TLC, se convierten en sí mismas en un vínculo que da organicidad a una serie de actores y acciones que de otra manera operarían sin conducción o direccionalidad.

Una mirada general, parece mostrar la existencia de cinco²³ grandes tipos de vínculos, presentes en el desarrollo de la campaña y que de alguna manera configuran el carácter del movimiento:

- 1) Vínculos institucionales: referidos a las relaciones y contactos generados por las organizaciones vinculadas en el movimiento, en particular las organizadoras. Comprende un entramado de vínculos formales e informales con otras organizaciones y agencias, sobre los que fluyeron a la campaña recursos económicos, información, pero también participación en ámbitos deliberantes como el CENI, la sala de al lado y el ministerio de Agricultura.
- 2) Vínculos técnicos y financieros (de alguna manera semejantes al anterior), que articularon a las instituciones organizadoras pero también a la campaña misma tanto con agencias internacionales como con instituciones nacionales, que proporcionaron soporte económico y autoridad y solvencia “técnicas”.
- 3) Vínculos gremiales e inter gremiales: referidos a las vinculaciones establecidas entre los diferentes dirigentes de gremios entre sí y entre ellos y sus bases, que permitieron la mayor parte de movilizaciones y la acción colectiva, además de funcionar como canales de circulación de información.
- 4) Vínculos políticos: surgidos de las relaciones de las organizaciones pero también personales y de la propia campaña: se trata de vínculos más fluidos e inestables, marcados por la oportunidad (particularmente en campaña y ante instituciones como el congreso), no han generado las más de las veces compromisos estables.
- 5) Vínculos globales: son ante todo vínculos de conectividad por afinidad “política”²⁴ que generan redes y contactos no muy sólidos pero si relativamente estables; configuran un entramado organizacional y de redes internacionales amplias pero irregularmente conectadas, con poca capacidad de acción territorial inmediata y con cierta distancia (independencia) de las bases. Conforman conglomerados que van más o menos en la misma dirección pero de manera difusa.

²³ Es quizás posible incluir una sexta categoría de “vínculos mediáticos” pero no he recabado información suficiente como para afirmarlo. Correspondería a las principales salidas de información del movimiento (Existe claramente un vínculo de red entre Conveagro, La Revista Agraria (y el diario La República) y Agronoticias, y existió un vínculo con CPN y –sólo temporal- con medios como RPP.

²⁴ Esta afinidad podría ser calificada también como utópica y multiforme, pues cubre un campo muy grande de intereses y proyectos entre los que la principal coincidencia es la disconformidad con el orden actualmente establecido y la búsqueda de “un mundo mejor” aún cuando no existe consenso sobre el mismo.

Ahora bien, todos estos vínculos diversos no son precisamente “orgánicos” y la unidad de acciones es proveída ante todo por el “comando de campaña” por sobre cualquier otro componente o agente en el movimiento. Por el contrario, existió más bien distancia entre varios de los agentes: en el centro, los dirigentes de Conveagro y los directores de campaña, se hallaban cerca de las redes internacionales, al equipo técnico y a los medios de comunicación, en tanto que los vínculos gremiales conectaban al equipo técnico y al comando de campaña, pero no tanto con los espacios mediáticos, internacionales, o políticos. A pesar de todo ello, o más bien por su causa, la campaña adquiere la consistencia temporal y la fragilidad organizativa que caracterizan a los NMS:

4.- Los discursos y la identidad en la campaña

Un análisis sobre los movimientos sociales necesita dar cuenta de su “discurso”, es decir de los mensajes explícitos e implícitos que sustentan su razón de ser y explica su posición, sus objetivos y sus búsquedas. Dependiendo de los investigadores, esta dimensión “discursiva” puede tener mayor o menor peso en la explicación, interpretación y también en la “identidad colectiva” de un MS. En su versión maximalista, un MS dispondría de un “marco cognitivo” (frame análisis)²⁵, una suerte de pensamiento colectivo que enmarca, orienta y da sentido a su accionar colectivo; esta aproximación asume que los movimientos sociales poseen o generan una suerte de identidad. En la acera opuesta, otros investigadores dan a los discursos un valor instrumental: en lugar de buscar respuestas en marcos de pensamiento, se enfocan en los discursos en tanto movilizadores y aglutinadores del movimiento.

Nuestro análisis del discurso se sustentará en dos ejes²⁶: el primero referido a los discursos y mensajes explícitos de la campaña (referidos en particular al slogan) y a los contenidos de los mensajes emitidos públicamente (básicamente declaraciones de voceros, y comunicados y documentos públicos); el segundo se referirá a la unidad del movimiento, como expresión –o no- de su identidad.

Slogan, declaraciones y comunicados

“El TLC así no” fue slogan central de la campaña, el que le da nombre, el que encabeza la presentación de su página web, el texto escrito y difundido en comunicados públicos y también en las banderolas de las movilizaciones. Sin embargo, este mensaje, corto, simple, apropiado, fue aparentemente una solución tanto de consenso como de compromiso: fue la fórmula que logró conformar al conjunto de organizaciones e instituciones convocadas por la campaña. Conformó a quienes no querían un TLC de ninguna manera (particularmente los gremios históricos –CCP y CNA-, que habían encabezado la campaña anterior “No al TLC”) y también aquellos gremios que estaban de acuerdo con la existencia de un tratado pero estaban preocupados por proteger algunos temas (Agalep y algunos otros).

Enarbolado y asumido por todos, el slogan se convirtió en una frase de unidad, digamos estratégica, para ambos “extremos”, que logró unirlos durante la campaña a pesar de sus diferencias. En la práctica, si las cúpulas asumieron institucionalmente el slogan, en las bases regionales y sus movilizaciones se expresaba también un discurso de un rechazo sin matices al TLC.

²⁵ “El marco cognitivo es un sistema teórico que analiza los símbolos discursos, significados que los movimientos otorgan a su derredor, busca (...) revisar las creencias que dan sentido a la existencia y legitimación a las acciones de los MS” (Martínez 2006: 12).

²⁶ Más allá de las diferencias epistemológicas respecto de la importancia y posición del discurso en los MS, su análisis puede abordarse desde dos ejes, de alguna manera contrapuestos: 1) la percepción de la realidad (cosmovisión) y su relación con las propuestas de acción; y 2) la formulación de mensajes o conceptos clave difundidos por el movimiento y que aglutinan a seguidores y audiencia (Cf Martínez 2006).

Las otras dos fuentes de “discursos” relativas al movimiento tuvieron funciones complementarias:

- 1) Buena parte de los comunicados y estudios estuvieron orientados a sustentar la inconveniencia económica y los perjuicios a los productores y la producción nacional que acarrearía la firma del TLC²⁷. Las versiones más logradas, con más claridad, estuvieron referidas a los informes por productos y a la enunciación de los 10 puntos críticos afectados por la firma del tratado. Sin embargo, ambos instrumentos, a pesar de su voluntad informativa, resultan largos y complejos como para generar un impacto en la opinión pública. Dicho en otros términos, el mensaje legitimador y su componente de información resultaban excesivamente técnicos como para convertirse en un discurso apropiable por la opinión pública que, por el contrario, se veía también influenciada por un discurso y una campaña desde el gobierno a favor de la firma del tratado²⁸.
- 2) En cambio, las declaraciones públicas de los voceros fueron más cortas y directas, más políticas y comprensibles pero tuvieron un carácter más defensivo que propositivo²⁹.

En resumen, si la necesidad de la unidad (propia del discurso y la historia de las luchas agrarias) funcionó como elemento articulador e integrador, las diferentes interpretaciones del slogan, los niveles de comprensión de las razones “técnicas” y las diversas declaraciones de dirigentes nacionales y regionales, marcaban una suerte de “doble identidad” al interior de la campaña:

- 1) A nivel de las cúpulas las diferencias eran plenamente conocidas y asumidas, reconociendo que el movimiento es “un frente y no un sindicato único”, en el que se acata la decisión mayoritaria a pesar de subsistir posiciones diferentes³⁰.
- 2) A nivel de las bases, con mayor radicalidad, se esperaba que el movimiento tenga un solo discurso, un solo propósito, (¿una sola identidad?). siendo más sensibles a las posiciones discrepantes.

Esta circunstancia sólo pudo ser paliada por el liderazgo de los responsables de la campaña, que otorgaban unidad al movimiento, ejerciendo una posición de pivote por la cual al mismo tiempo que daban norte y conducían la campaña, se hallaban en la necesidad de seguir e interpretar las aspiraciones de las bases.

Ahora bien, desde el exterior del movimiento, en la arena de la opinión pública, particularmente el Mincetur, pero también la SNI y sobre todo los gremios de exportadores agrarios, otorgaban unanimidad radical al movimiento, sin prestar atención a sus diferencias y discrepancias internas.

5.- Oxfam y la cooperación en el proceso

Hemos señalado que los vínculos con la cooperación se inscriben en el marco de las múltiples relaciones establecidas por la conducción del movimiento. Sin embargo, es importante caracterizar y precisar los alcances y dimensiones de dicho vínculo. Al respecto, algunos analistas señalan una serie de ejes de apoyo entre la cooperación y los Movimientos Sociales³¹ (que podrían ser extendidos a la campaña y de hecho también a otros ámbitos de intervención de la cooperación).

²⁷ Ver por ejemplo: “Agricultura: propuesta de Conveagro frente al TLC Perú-EE.UU (marzo 2005); “Agricultura: observaciones a afirmaciones de Mincetur sobre el TLC andino (mayo 2005); “Impactos del TLC en la agricultura peruana” (Junio 2005); “La agricultura peruana frente al TLC Perú-EE:UU: (diciembre 2005).

²⁸ Parte de la campaña pro TLC estaba también avocada a deslegitimar a quienes se oponían al proceso sin distinguir la postura de Conveagro y sus asociados de otras posiciones más radicales.

²⁹ Aunque parte de las declaraciones de los voceros del movimiento señalaron propuestas, la mayor parte de las mismas fueron reactivas al proceso

³⁰ Hemos señalado como a pesar de la vocación por el consenso subsisten diferencias, que ocasionaron, por ejemplo, la ruptura y separación de la Junta de Usuarios.

³¹ su análisis, Brysk elabora una tipología de dichos ejes denominándolos las cinco “c”: contacto, conciencia, coraje, cash y campañas (2006).

Si bien existe cierta correspondencia y probablemente también coincidencia entre dicho planteamiento y el apoyo brindado por Oxfam, en las entrevistas y de los documentos se destacan tres tipos de apoyos: financiamiento, documentos y análisis y contactos.

La primera referencia al apoyo de Oxfam se refiere a la contribución económica para el sostenimiento de la campaña: su ayuda ha sido “invaluable” para los viajes a provincia y coordinación con las bases, para el sostenimiento de la oficina central, para la creación y el mantenimiento del equipo técnico, para el pago de avisos y comunicados... Todo ello “cuesta” y no habría sido posible sin la contribución de Oxfam y de algunos otros aportantes. Se señala también que la ayuda fue fundamentalmente durante la campaña, que disminuyó sensiblemente en el 2006 y casi desapareció en el 2007.

La contribución “técnica” ha sido también destacada. Tanto por los estudios de Oxfam internacional difundidos (ha habido particulares referencias al documento sobre el arroz, ver referencia), los textos de divulgación y los informes publicados y la información proporcionada vía web. La capacidad para colocar un tema local en contextos mayores mostrando similitudes con la situación de otros países y sobre todo proporcionando argumentos ha sido valorada y aprovechada, en la fase más preactiva y propositiva del movimiento. En cambio, más hacia las bases, aun si los aportes son apreciados, la utilidad de este componente es más débil. Se podría decir que el aporte experto se aprecia más en el ámbito de los dirigentes y de los técnicos.

El tercer tema aparece menos evidente, Conveagro y sus socios en la campaña tenían y tienen sus contactos propios. En materia de contactos, Oxfam ha proveído ante todo de interconectividad internacional, en particular en ocasión de los viajes de información sobre el TLC en México y las conexiones para su ratificación, como, y sobre todo, para la participación internacional en las negociaciones (en la sala de al lado) y para las campañas de incidencia en el Congreso de Estados Unidos.

Balance: logros y sinsabores de la campaña

La evaluación de los logros de las MS, dadas sus características, supone siempre un ejercicio de valoración. Existe poca o ninguna evidencia de un MS que sea definitivamente “exitoso”. Al contrario, tratándose de movimientos de resistencia, que desafían a los sistemas e imaginarios imperantes, sus logros sólo pueden ser evaluados en términos parciales, acumulativos y referidos a procesos y cambios en procesos, procedimientos y maneras de pensar. Lejos de producir grandes cambios, los MS obtienen pequeñas, pero a veces significativas victorias (por lo general pequeños cambios reactivos o preventivos). El gran cambio señalado por algunos autores, estaría más del lado de la extensión de la cultura de participación entre la ciudadanía (Cf Laserna sf y Tarrow 1998).

Nuestro análisis sobre los cambios obtenidos por el MS contra el TLC y la campaña TLC así no, se referirá a dos grandes temas: 1) los resultados obtenidos y su ponderación; y, 2) la perspectiva actual.

Los resultados de la campaña

En diciembre del 2007, el Senado de Estados Unidos ratificó el tratado firmado. En términos generales, el tratado se firmó “si o sí” como lo quería el presidente Toledo, lográndose incluir solo adendas sobre temas laborales y ambientales. Los temas sensibles defendidos por las campañas, no fueron mayormente incorporados.

Perdida la batalla mayor, es importante señalar algunos de los logros colaterales.

Al respecto, la actitud y evaluación general del proceso por parte de los dirigentes agrarios, acostumbrados a los pequeños logros en las batallas perdidas, es positiva. Esta apreciación se sustenta por un lado en el esfuerzo desplegado en el proceso (“hemos hecho una buena pelea”),

y por otro en una ponderación de los logros alcanzados en el proceso de la misma, que se puede resumir en tres grandes campos:

- 1) El proceso ha significado un proceso de aprendizaje de los mecanismos del comercio internacional y de lo que está en juego, tanto en términos técnicos como políticos (“hemos aprendido a conocerlos”), lo que ha supuesto una re potenciación de las capacidades de los dirigentes agrarios más implicados en el proceso. Este proceso ha generado también cierto “chorreo” a dirigentes regionales y locales y en menor medida también a agricultores y ciudadanos “de base”. A decir de los dirigentes, “el TLC ha sido una gran escuela”, tras el mismo se tienen “dirigentes y gremios capacitados”.
- 2) En el mismo movimiento, se ha logrado una serie de contactos y una cierta internacionalización de los dirigentes (que antes eran más centrados en sus espacios locales, en sus productos, discutiendo en términos “nacionales”) en tanto que ahora son capaces de ejercer cierta mirada y proyección internacional.
- 3) Sin embargo, el logro más significativo está en el plano organizacional, según palabras de Luis Zúñiga, “mantener la organización ya es un logro”, los gremios agrarios han aprovechado la campaña y la coyuntura para revitalizarse y eventualmente, asentar y consolidar algunas bases. La campaña permitió visitas e interconexión permanente con las bases para los gremios y miembros de Conveagro más implicados en el movimiento, dinamizando también la actividad gremial de federaciones y organizaciones locales en el ámbito nacional. Como parte del proceso, particularmente en el caso de Conveagro, el proceso coincide con la expansión y crecimiento del número de Conveagros regionales, generando fortalecimiento organizacional y colocando a la organización en mejor pie que antes para el planteamiento de propuestas nacionales sobre el sector.

Paradójicamente, este efecto ha sido posterior a la campaña “TLC así no”, pues ésta fue absorbente, demandando mucho tiempo y esfuerzo, postergando mientras tanto la “agenda interna” de Conveagro, referida al proceso de concertación agraria nacional y también las agendas sectoriales y regionales de sus asociados (Cf Conveagro 2006). Para la organización, la campaña permitió consolidar organización interna aunque en el proceso se sacrificara y postergara la agenda de dicho proceso de organización; habría existido entonces cierta tensión y al mismo tiempo complementación entre “la campaña” y “la vida orgánica” de la organización.

De otro lado, desde una perspectiva más externa, es posible reflexionar sobre otros dos posibles “logros” colaterales: 1) el impacto en las políticas agrarias y 2) el impacto en la opinión pública. En el primer rubro, se podría argumentar que la campaña “TLC así no” contribuyó de alguna manera al debate interno sobre los posibles efectos del TLC y de alguna manera abriera el debate sobre las compensaciones (precarias e insuficientes, no sólo según el comando de campaña sino también el propio Ministerio de Agricultura³²), que estaría a la base del anunciado “TLC hacia adentro”, que el gobierno se ha comprometido a implementar.

En segundo término, es difícil evaluar si la campaña tuvo o no un impacto en la opinión pública. Ciertamente, mientras duró, la campaña contribuyó a colocar en las noticias y la agenda del debate público el tema agrario; lo que no sabemos es cuanto de esta agenda y este tema pasaron a ser considerados como una preocupación en la opinión pública. Si las encuestas de opinión de Lima pueden ser consideradas como un indicador, las referencias generales de balance de los años 2005 y 2006 señalan más bien un ligero incremento en el número de personas muy a favor y a favor del TLC, en tanto que disminuyen quienes se pronuncian en contra³³; algo similar sucede con la información sobre los posibles beneficios del TLC.

³² Declaraciones 24 enero del 2008. En: <http://www.peru21.com/p21impreso/Html/2008-01-25/imp2politica0843582.html>

³³ Fuente: Apoyo, Opinión data diciembre 2005, diciembre 2006 y diciembre 2007.

Perspectivas

El contexto del agro actual es bastante diferente de aquel en el que se desarrolló la campaña, luego de décadas, los agricultores y productores benefician de un período de alza de precios de la mayor parte de productos, fruto de la crisis del maíz y de la derivación de parte de la producción norteamericana y de otros países hacia los bio combustibles. Con ello, la tensión y las demandas disminuyen al mismo tiempo que las salvaguardas de protección de precios a los productos del primer mundo se hacen invisibles por el momento.

En dicho contexto y ante las perspectivas y retos a futuro, la organización agraria parece centrarse en tres (o cuatro, si se quiere), líneas de acción:

- 1) Prepararse para los efectos del TLC, dado que el tratado ya se firmó, más que solicitar su anulación o cancelación hay que tomar las precauciones y acciones necesarias para minimizar su impacto en los agricultores peruanos. Lo que supone discutir y negociar compensaciones, incidir en el TLC hacia adentro. Al respecto, no hay particular alarma por la firma de nuevos TLCs, “el país ya está entregado, es difícil ceder más de lo que ya cedimos, no hay nada que perder”.
- 2) Replantear la agenda agraria, prepararse, elaborar documentos y propuestas tanto a nivel nacional como regional, en el marco de lo que se empezó a desarrollar hacia fines del 2004, antes del inicio de la campaña.
- 3) Reforzar y continuar la organización y articulación de los gremios agrarios, consolidar para ello bases regionales y sectoriales, y articulaciones mayores, sumar esfuerzos y propuestas. De alguna manera, se trata de un tema permanente de la organización agraria, que parece comprometida endémicamente en la lucha contra su propia entropía. Ello supone tareas habituales y conocidas de capacitación y organización, pero también de implementación y formalización.
- 4) Y como cuarto tema y reto adicional, aparecen el horizonte una serie de luchas y debates parciales que tienen eventual efecto sobre el conjunto del agro: dos de ellos han destacado en el último año: la disputa de los algodoneros respecto a la patente de origen del algodón peruano y la disputa entre los productores lácteos y las empresas de transformación láctea, que ejercen un cuasi monopolio sobre el producto. Ambas acciones y otras, se inscriben en la línea de acción que busca generar mejores condiciones para la comercialización de los productos agrícolas, buscando quebrar el sistema marcadamente centralizado y monopolista actualmente existente.

Bibliografía

Bebbington, Anthony y otros. *La glocalización de la gobernanza ambiental: relaciones de escala en los movimientos socio ambientales y sus implicaciones para la gobernanza ambiental en zonas de influencia minera en el Perú y el Ecuador*. En: Bengoa, José.

Brysk, Alison. *Pensando en lo transnacional*. Programa de Cooperación Internacional | Jornadas "Pueblos Indígenas de América Latina" Barcelona, abril 2005

Escobar, Arturo. Culture, Practice and Politics: Anthropology and the study of social movements *En: Critique of Anthropology* 1992; año 12; pp. 395-432

Giarraca, Norma. *Movimientos sociales y protestas en los mundos rurales latinoamericanos: nuevos escenarios y nuevos enfoques*. En: *Sociologías*, Portyo Alegre, jul-dic 2002, Año 4 (8): 246-274.

Laserna, Roberto. *Fuerza y debilidad de los Movimientos sociales*. En: www.geocities.com/laserna_r

Martínez, Manuel. *El Movimiento Zapatista: un análisis desde la Teoría de movilización de Recursos*. En: *KAIROS*. Revista de Temas Sociales. No v 2006, Año 10. N° 18.

Matías Rossi, Federico. Aparición, auge y declinación de un movimiento social: Las asambleas vecinales y populares de Buenos Aires, 2001-2003 En: Revista Europea de Estudios Latinoamericanos y del Caribe, abril de 2005, número 78, pp 67-88

Mouriaux, René y Bérout, Sophie. Para una definición del concepto de “movimiento social”. En: OSAL, junio 200, pp 119-125.

Recalca. Los pueblos andinos contra el libre comercio. Bogotá, Recalca, sept 2006., 151pp.

Rimisp. Marco Conceptual para el Programa Movimientos Sociales, Gobernanza Ambiental y Desarrollo Territorial Rural. En: www.rimisp.cl/getdoc.php?docid=2559, visualizado enero 2008

Rimisp. Addendum al informe de avance: una reflexión sobre las implicaciones de los hallazgos preliminares para los conceptos y las preguntas de investigación. En: www.rimisp.org/getdoc.php?docid=5181, visualizado enero 2008.

Seoane, José. Movimientos sociales y recursos naturales en América Latina: resistencias al neoliberalismo, configuración de alternativas. En: Sociedade e Estado, Brasília, v. 21, n.1, p. 85-107, jan./abr. 2006.

Tarrow: Sydney. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política. Madrid, Alianza Universidad, 1997

Vakaloulis, Michel. Antagonismo social y acción colectiva. OSAL, sept 2000 158-174

Villalón, Roberta. Neoliberalism, Corruption, and Legacies of Contention: Argentina's Social Movements, 1993-2006. En: *Latin American Perspectives* 2007; vol 34; pp139

Publicaciones y documentos de Conveagro

Conveagro. Open letter from Peruvian agricultural producers, to the people of the United States of America, to the members of the US Congress. Lima, (mimeo) enero 2007.

Conveagro. Organización de productores agrarios y régimen tributario especial. Lima, (mimeo), octubre 2007 (Estudio Torres y Torres Lara), 107pp.

Conveagro. Perú: productos agrarios sensibles en el acuerdo de asociación entre la Comunidad Andina- CAN y la Unión Europea – UE. Lima (mimeo), noviembre 2007

Conveagro. Análisis de la estructura del arancel de aduanas de los Estados Unidos. Su aplicación a sus importaciones de origen peruano, su manejo en el TLC y su impacto en el ATPDA, NMF y SGP. Lima, conveagro noviembre 2006.

Conveagro. Observaciones al tratado de libre comercio entre el Perú y los Estados Unidos de América. Capítulo de Inversiones. Capítulo agropecuario. Lima, noviembre 2006.

Conveagro. Compartiendo la experiencia de las negociaciones de libre comercio TLCAN y CAFTA-RD. Misión de los dirigentes agrarios peruanos, octubre 2005 (documento)

Conveagro. Agricultura: propuesta de Conveagro frente al TLC Perú-EE. UU. Lima, 4 de Marzo del 2005

Conveagro. Ayuda memoria. Agricultura: observaciones a afirmaciones de Mincetur sobre el TLC andino. Lima, 5 mayo del 2005

Equipo Técnico Cepes-Conveagro. Ayuda memoria la agricultura en el TLC Perú-EE.UU. Lima, 13 diciembre del 2005.

Publicaciones de OXFAM

Oxfam Internacional. Nuestro futuro por la borda. Cómo socavan el desarrollo los tratados de comercio e inversiones entre países ricos y pobres. Documento informativo número 101, marzo 2007.

Oxfam. Cantos de Sirena. Porqué los TLCs de Estados Unidos con los países andinos socavan el desarrollo sostenible y la integración regional. Informe número 90, junio 2006.

Oxfam internacional. Echar la puerta abajo. Porqué las negociaciones en la OMC amenazan a los campesinos de los países pobres. Informe número 72, abril 2005.

Ruíz Caro, Ariela. Riesgos del TLC Perú- EEUU. Lima, Oxfam internacional, junio 2006.

Recuadro 1

Definiciones de movimiento social

1. Actores políticos colectivos de carácter movilizador (espacio de participación) que persiguen objetivos de cambio a través de hachones (generalmente no convencionales) y que con ello actúan con cierta continuidad, a través de un alto grado de integración simbólica y un bajo nivel de especificación de roles, nutriéndose de formas de acción y organización variables (Marti y Piug sf)

2. Movimiento social: como una acción conflictiva que cambiaba tanto las orientaciones culturales como el campo de historicidad en forma de organización social, definidos a su vez por normas culturales generales y por relaciones de dominación social. Establecía tres principios: orientación cultural control de la historicidad, lucha contra la dominación social (Touraine, citado en Giarraca 254)

3. Inserta la noción de MS en una teoría procesual: acciones colectivas y que provoquen una ruptura en los límites de la compatibilidad del sistema (a nivel de mercado o estado), lucha entre dos actores por la apropiación y orientación de los valores y de los recursos, a ello les suma que suelen exhibir conductas que trasgreden las normas que han sido institucionalizadas en roles sociales, tendiendo a una ruptura en los límites de compatibilidad del sistema en el que se encuentran situados (Melucci, citado en Giarraca 255)

4. Entendemos movimientos sociales en este programa, como una de las formas de acción colectiva (Melucci), que llevan adelante redes más o menos flexibles de individuos, organizaciones y procesos sociales (Diani), que se definen a partir de sus prácticas discursivas y valóricas, desde las cuales construyen una cierta identidad colectiva relativamente compartida y que actúan sobre procesos sociales de carácter transformativo, a los cuales están asociados (Castells). Se considera que los Movimientos Sociales son diferentes a organizaciones y a protestas.

<http://www.rimisp.org/getdoc.php?docid=2559>

5. Un actor político que realiza acción colectiva con un carácter movilizador mediante una estructura flexible y a través de acciones no convencionales” (Martínez 2006: 8)

6. Entendemos a los movimientos sociales como procesos de acción colectiva difusa en términos espaciales y temporales que – aunque sean difusos y tengan sus altibajos – se sostienen en el tiempo. Aunque los actores involucrados no comparten exactamente las mismas visiones, hay un nivel de traslape importante entre sus visiones y es este traslape lo que le sostiene al movimiento y le da cierta coherencia. En este sentido un movimiento social es una forma de acción colectiva pero no es un actor en si mismo. Más bien es un proceso, sostenido por un conjunto de acciones y actores, en donde lo que prima es la acción motivada por sentidos de justicia e injusticia, y por lo tanto por una visión – quizás no especificada – de la necesidad de encontrar otra manera de organizar la sociedad y pensar el desarrollo (Alvarez y Escobar, 1992; Escobar, 1995, citados en Bebbington 2006).

Recuadro 2

Relación de miembros de CONVEAGRO (2008).

Organizaciones Gremiales

- 1) Junta Nacional del Café - JNC.
- 2) Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Aceituna Peruana - ANPEAP.
- 3) Asociación de Ganaderos Lecheros del Perú - AGALEP
- 4) Comité Nacional de Productores de Arroz - CNPA.
- 5) Confederación Campesina del Perú - CCP.
- 6) Confederación Nacional Agraria - CNA.
- 7) Asociación Nacional de Productores de Algodón - ANPAL.
- 8) Asociación Peruana de Productores de Azúcar y Biocombustibles - APPAB.
- 9) Coordinadora Nacional de Productores de Papa - CORPAPA.
- 10) Sociedad Nacional de Criadores de Vicuña – SNV.
- 11) Sociedad Peruana de Criadores de Alpacas y Llamas - SPAR
- 12) Fondo para el Desarrollo de la Ganadería Intensiva de Carne de Vacuno en el Perú – FONDGICARV.
- 13) Asociación Nacional de Productores de Caña de Azúcar
- 14) Asociación Regional de Algodoneros de Piura.
- 15) Asociación Nacional de Productores de Fruta.
- 16) Confederación Nacional de Palmicultores y Empresas de Palma Aceitera.-CONAPAL
- 17) Asociación Nacional de Empresas Comunales y Multicomunales- ANECOMSA.
- 18) Asociación Nacional de Maíz y Sorgo.
- 19) Asociación Nacional de Productores de Cacao APPCACAO
- 20) Asociación de Productores de Trigo , Cebada y Sucedáneos APETRICES
- 21) Asociación de Agricultores de Huaral, Chancay y Aucallama
- 22) Frente Nacional Ganadero

Organizaciones vinculadas al sector.

- 1) Asociación Arariwa
- 2) ASPA. Asociación de Promoción Agraria.
- 3) APIA. Asociación Peruana de Ingenieros Agrónomos.
- 4) CMVP. Colegio Médico Veterinario del Perú.
- 5) Colegio de Ingenieros del Perú. Capítulo de Ingeniería Agronómica y Zootecnia.
- 6) CNF. Cámara Nacional Forestal.
- 7) CENES. Centro de Estudios Nueva Economía y Sociedad
- 8) CEDEP. Centro de Estudios para el Desarrollo y la Participación
- 9) CONACAMI. Coordinadora de Comunidades Campesinas Afectadas por la Minería.
- 10) CEPES. Centro Peruano de Estudios Sociales.
- 11) COORDINADORA RURAL. Coordinadora de Organizaciones Campesinas e Instituciones Agrarias del Perú.
- 12) FUNDEAL. Fundación para el Desarrollo Algodonero
- 13) Instituto de Desarrollo Hombre y Tierra.
- 14) Revista Agronoticias
- 15) Universidad Nacional Agraria La Molina.
- 16) ICOWA. Instituto para la Competitividad y el Riego
- 17) Centro de la Mujer Peruana 'Flora Tristán'
- 18) Desco
- 19) RAAA . Red de Acción en Agricultura Alternativa

CONVEAGROS Regionales

- 1) CONVEAGRO Ayacucho.
- 2) CONVEAGRO Cusco.
- 3) CONVEAGRO Loreto.
- 4) CONVEAGRO La Libertad

- 5) CONVEAGRO Ancash.
- 6) CONVEAGRO Lambayeque
- 7) CONVEAGRO Tumbes
- 8) CONVEAGRO Piura
- 9) CONVEAGRO Puno
- 10) CONVEAGRO Huancavelica
- 11) CONVEAGRO Apurímac
- 12) CONVEAGRO Junín
- 13) CONVEAGRO Arequipa
- 14) CONVEAGRO Cajamarca
- 15) CONVEAGRO Huanuco
- 16) CONVEAGRO Ucayali
- 17) CONVEAGRO San Martín