



Mundo Agrario
ISSN: 1515-5994
mundoagrario@fahce.unlp.edu.ar
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Identidad y familia campesina en torno a la producción de queso en el municipio de Paipa (Colombia)

Acuña-Rodríguez, Olga Yanet; Acuña-Rodríguez, Blanca Ofelia; Albesiano-Fernández, Luis Enrique; Pinzón-Camargo, Libia Carolina; Cobo-Mejía, Elisa Andrea

Identidad y familia campesina en torno a la producción de queso en el municipio de Paipa (Colombia)

Mundo Agrario, vol. 22, núm. 51, e177, 2021

Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84570327008>

DOI: <https://doi.org/10.24215/15155994e177>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Identidad y familia campesina en torno a la producción de queso en el municipio de Paipa (Colombia)

Identity and peasant family around cheese production in the municipality of Paipa (Colombia)

Olga Yanet Acuña-Rodríguez
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia-UPTC,
Colombia
olga.acuna@uptc.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0001-6273-2715>

DOI: <https://doi.org/10.24215/15155994e177>
Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84570327008>

Blanca Ofelia Acuña-Rodríguez
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia-UPTC,
Colombia
blanca.acuna@uptc.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0001-6062-3873>

Luis Enrique Albesiano-Fernández
Universidad de Boyacá, Colombia
lealbesiano@uniboyaca.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0002-3169-3634>

Libia Carolina Pinzón-Camargo
Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia-UPTC,
Colombia
libia.pinzon@uptc.edu.co

 <https://orcid.org/0000-0002-0488-1402>

Elisa Andrea Cobo-Mejía
Universidad de Boyacá, Colombia
eacobo@uniboyaca.edu.com

 <https://orcid.org/0000-0002-5739-4325>

Recepción: 02 Agosto 2021
Aprobación: 22 Febrero 2022
Publicación: 07 Marzo 2022

RESUMEN:

En el texto se analiza la identidad de las familias campesinas del área rural del Municipio de Paipa (Colombia), que, además de producir queso desarrollan otro tipo de actividades: pecuarias, agrícolas, elaboración de amasijos, cultivo de frutales. A partir de sus narraciones y relatos se aprecian escenarios referentes a la experiencia vivida tanto en el territorio, en su entorno familiar, en los productos, en el mercado y en su hábitat. El proceso identitario se analizó desde dos perspectivas: la familia campesina como tradición y la actividad agropecuaria como forma de vida y sustento. La familia es la primera estructura de socialización y se constituye en el grupo primario donde el individuo interactúa desde que nace; en este contexto adquiere experiencias y valores que son importantes para la vida. Las actividades agropecuarias además de ser un aprendizaje proporcionan el sustento a la familia campesina y desarrollan valores de solidaridad, adquieren saberes afines a la producción agrícola, ganadera y su relación con el mercado, como prácticas de supervivencia.

PALABRAS CLAVE: Identidad, Familias campesinas, Producción, Mercado, Agricultura familiar.

ABSTRACT:

The text investigates the identity of peasant families in the rural area of the Municipality of Paipa (Colombia), who, in addition to producing cheese, develop other types of activities: livestock, agricultural, elaboration of doughs, cultivation of fruit trees. From his narratives and stories, scenarios are appreciated referring to the experience lived both in the territory, in his family environment, in the products, in the market and in his habitat. The identity process was analyzed from two perspectives: the peasant family as a tradition and agricultural activity as a way of life and sustenance. The family is the first structure of socialization and constitutes the primary group where the individual interacts from birth; in this context he acquires experiences and values that are important for life. Agricultural activities, in addition to being a learning, provide sustenance to the peasant family and develop values of solidarity, acquire knowledge related to agricultural and livestock production and its relationship with the market, as survival practices.

KEYWORDS: Identity, Peasant Families, Production, Market, Family Farming.

INTRODUCCIÓN

Abordar las identidades construidas por los campesinos en el ambiente familiar desde sus tradiciones, relatos y articulación con el territorio, donde además de los vínculos familiares, se generan aprendizajes, valores y sentimientos que afianzan la relación entre los miembros de la comunidad y el entorno; a la vez, que lo aprendido es un referente importante orientado a la producción, al mercado y a la supervivencia. En este sentido, la identidad se construye entorno a la tradición, la convivencia, la producción, y, sobre todo, al tipo de productos que se obtienen en la finca.

Diversos estudios se han realizado sobre campesinos (Bloch, 1999; Fals Borda, 2017; Wolf, 1991)¹, agricultura familiar (Bloch, 1999)², muchos de los cuales se han referido a la unidad productiva (Domínguez Martín, 1992; Fajardo Montaña, 2018); no obstante, hay un vacío entre la producción agropecuaria y los valores culturales que han generado formas de identidad. La pregunta central es ¿cómo los campesinos se identifican en su escenario, en sus relaciones familiares y con las actividades cotidianas y de producción? ¿Qué valores sociales y culturales han logrado establecer con el entorno? En este texto, se pretende comprender la identidad campesina a partir de las narrativas construidas sobre el territorio, las actividades que realizan y los productos que llevan al mercado de Paipa.

El municipio de Paipa, como área de estudio, está localizado en el Valle de Sogamoso, la parte centro oriental de Colombia y noroccidental en el departamento de Boyacá, a 2525 m.s.n.m. Dista aproximadamente 184 km de Santa Fe de Bogotá y 40 km de Tunja. Presenta una temperatura promedio de 13°C, abarca una extensión de 30.592,41 hectáreas aproximadamente. El área ocupada por el municipio hace parte de la cuenca alta del río Chicamocha (Londoño Fernández, 2011). Paipa se divide en 38 veredas y el corregimiento de Palermo (Canarías Rodríguez, 1995), que conforman el área rural a la que nos referiremos. Según el censo de 2018 tiene una población de 33.535 habitantes, de los cuales 20.021 habitan en el área urbana y 13.514 en el área rural (Departamento Nacional de Estadística-DANE, 2018). Esta es una región de producción ganadera, agrícola y turística; que en las últimas décadas se ha centrado en la producción láctea y quesera, aprovechando las condiciones físicas, climáticas y los saberes tradicionales. Precisamente, las condiciones ambientales han sido consideradas en el reconocimiento del ‘Queso Paipa’³ con denominación de origen. Con este tipo de producto, un pequeño sector aprovechó las condiciones del mercado y consolidó empresas familiares, para comercializar el ‘Queso Paipa’; mientras otro grupo de labriegos, continúan desarrollando diversas actividades agrícolas y pecuarias para su supervivencia, lo que es denominado por Domínguez (1992) como unidad productiva.

Se acudió a un enfoque cualitativo con el fin de comprender (Hernandez Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) cómo viven los campesinos, cómo se interrelacionan, cómo interactúan, cómo se distribuyen las actividades del trabajo rural, cuáles son los mecanismos de supervivencia y cómo se han adaptado a los cambios en el mercado. Se tomó como estudio de caso (Yin, 2003, 2009) a la población del área rural del municipio de Paipa, que, por su tradición lechera y agrícola, ha generado referentes culturales

particulares en torno a la producción, al consumo y al comercio del queso, elaborado por las familias campesinas como mecanismo de supervivencia.

Se empleó un muestreo a conveniencia de casos tipo (Hernandez Sampieri et al., 2014). Los entrevistados pertenecían al grupo de productores y vendedores de queso, donde los criterios de inclusión fueron: productor artesanal, productor industrializado, comercialización en almacenes de cadena, en plazas o tiendas. Parte del proceso fue identificar y caracterizar a los productores y conocer expresiones, lo que permitió, desde las experiencias y significados de un grupo particular, conocer esta realidad, que no es ajena a otras formas de vida, de producción y de interacción, en el departamento de Boyacá y de Colombia en general.

El trabajo de campo partió de una selección de los sujetos a los que se les aplicó entrevistas semiestructuradas, adicionalmente, se hicieron visitas exploratorias y de reconocimiento, acerca de la estructura campesina por medio de la observación directa (diario de campo), posteriormente, se realizaron las transcripciones manteniendo la fiabilidad de las versiones de los actores sociales. Sus narrativas nos permitieron comprender la identidad con el territorio, con su familia, a partir de la producción de queso. A través de sus voces se percibió cómo afianzan la identidad con relación a su vivienda como lugar de producción, de hábitat y de sociabilidad, donde se llevan a cabo diversas actividades que unen a la familia en sus afectos y afinidades, producción, consumo y demás expresiones culturales, las que entran en juego con las nuevas dinámicas del mercado.

El texto se ha estructurado en 3 partes: en la primera, se plantean algunos referentes conceptuales sobre identidad y familia campesina, para comprender cómo desde diversas perspectivas ha sido estudiada y cómo esos estudios han arrojado elementos importantes, para comprender voces y lenguajes de los actores sociales en los nuevos escenarios de la ruralidad. En el segundo aparte, se abordan aspectos relacionados con los saberes y tradiciones centrados en los habitantes del área rural del municipio de Paipa, que permiten apreciar cómo han construido identidad en torno a la producción y al hábitat. Finalmente, se describen las prácticas tradicionales en la producción agrícola, pecuaria, en la elaboración de queso, y en la relación de estos procesos con el sustento de las familias campesinas.

REFLEXIONES SOBRE IDENTIDAD Y FAMILIA CAMPESINA

El texto pretende dar cuenta de cómo los campesinos del área rural del municipio de Paipa construyen referentes identitarios, a través de las relaciones familiares que establecen con los productos agrícola y pecuario, en el hábitat y el entorno y la interacción con compradores y vendedores en el mercado; así, se espera hacer un aporte sobre la construcción social de la identidad campesina desde sus narrativas.

Las narrativas de los actores sociales son un referente importante para comprender las relaciones y valores que las familias campesinas establecen con el medio, con su grupo familiar y con las actividades que realizan. A través del narrar se pueden apreciar sentimientos, afectos y emociones que se derivan de las experiencias, de lo vivido y percibido, que se exterioriza a través del lenguaje y de los referentes simbólicos e intersubjetivos que emergen de la cultura (Giménez, n.d.).

Se extraen pensamientos y sentimientos que nos permiten comprender la percepción del otro. Al escuchar los relatos es importante indagar por los significados sociales que les atribuyen sentido a las acciones, a través de las voces de los actores sociales se conocen dos escenarios, uno el de la acción – experiencia y el otro el de la conciencia- percepción (Hamui Sutton, 2011), los que hacen parte de un orden social producto de la actividad humana, de la experiencia en cualquier momento de la vida (Berger & Luckmann, 2003). A través de las narraciones se perciben referentes identitarios que están marcados por experiencias, recuerdos y se pueden conocer escenarios de la construcción social resultado de compartir experiencias, valores y estilos de comportamiento (Vázquez García, Ortiz Torres, Zárate Temoltzi, & Carranza Cerda, 2013). Así, en la visión del individuo se percibe una relación con su contexto, que es un proceso dialéctico entre el hombre (ser humano) y el mundo social, puesto que el hombre como ser social permanentemente interactúa; y la

transmisión de un saber o una práctica a una nueva generación se considera la materialización del mundo social; que la nueva generación la recibe como tradición (Berger & Luckmann, 2003).

Pero, ¿Cómo esos conocimientos tradicionales transitan de generación en generación y se convierten en referentes identitarios? La identidad es un producto social, donde interactúan el individuo y el colectivo social, se articula a partir de las experiencias humanas, las que una vez retenidas se sedimentan a través de un proceso intersubjetivo cuando varios individuos comparten conocimientos y hábitos comunes, que han sido reconocidas y objetivadas a partir de las experiencias compartidas. Esto hace que los individuos y grupos se sientan cohesionados y se diferencien de otros (Giménez, n.d.), una forma de lograr esa particularidad es “el lenguaje [que] objetiva las experiencias compartidas y las hace accesibles a todos los que pertenecen a una misma comunidad lingüística, con lo que se convierte en base e instrumento de acopio colectivo de conocimiento” (Berger & Luckmann, 2003, p. 89). El lenguaje permite acopio y aprensión de conocimiento existente, facilita su transmisión y reconocimiento.

Cada grupo social establece mecanismos de cohesión a partir de valores, costumbres, sentimientos, creencias y referentes comunes, que pueden cambiar según el espacio, el tiempo y en general los referentes culturales que hacen que un grupo desarrolle sentido de pertenencia, ya sea relacionado con el territorio, los mitos, las fiestas. Entonces, la identidad se construye en torno a valores y referentes simbólicos sobre el pasado (Molano, 2007), es el resultado de la interacción colectiva o fuentes de sentido como lo refiere Castell (1999), para aludir a una serie de atributos culturales que los actores sociales han interiorizado y les han dado sentido particular, como se puede observar en el relato de Ochoa Gómez:

He vivido toda la vida en el campo, mis “papaes” tenían ganado y nosotros ordeñábamos y hacíamos el queso. Mama se iba los miércoles para Paipa a venderlos, pues uno aprendió porque vio a los ancianos, a los “papaes” de uno mismo, los veía trabajar en eso, y uno aprendió de ahí, de ese motivo nació uno (Grupo Investigador, 2019c).

El sentido de pertenencia se construye a través de la relación que se establece con el territorio: campo, producción, mercado, cotidianidad; donde se percibe que el aprendizaje sobre la producción del queso se obtuvo a partir de la producción familiar campesina.

Producción que además de contribuir al sostenimiento familiar, promueve la construcción de significados sobre el queso: como alimento, con las variaciones y momentos en la producción, como producto que se lleva al mercado, con referentes religiosos, con el territorio; como ocurre con la variedad Queso Vargas, que se denomina así, por la región de donde se produce. También es asociado por sus habitantes como diferente y particular, según Patarroyo Vázquez:

Le voy a contar las características del Queso Vargas, el Queso Vargas, como les decía anteriormente, no tiene nada de químicos, es un queso fresco. Si uno lo quiere transportar para otros lugares, se hace más seco, más apretadito, más saladito y yo creo que la sal no deja que se le meta hongos, como dijo mi compadre Omar, según la clase de leche, que no tenga ninguna clase de droga el ganado, esa es una leche muy buena para transportar el queso, es un sabor muy exquisito, muy agradable, verdad (Grupo Investigador, 2021).

En cuanto al concepto de agricultura campesina, hace alusión a los procesos productivos del área rural del municipio de Paipa. Al respecto, se retoman los aportes de Marcelo Carmagnani (2008), quien retoma la categorización de Marx sobre la naturaleza de la actividad productiva en que se combinan tierra, trabajo y capital, señala que los campesinos poseen una pluralidad de activos de naturaleza económica (productivos y de mercado) a los que acuden como medio de subsistencia y satisfacción de necesidades, todos los actores rurales combinan actividades productivas con las derivadas de su participación en el mercado. Por otra parte, la producción campesina no depende del tamaño de la explotación de la finca (Salcedo, de la O, & Guzmán, 2014), ni de los miembros que integran la familia, ni de las formas productivas que pueden ser tradicionales o tecnificadas, con miras a consolidar agroindustria (Nora Tamagno, Iermanó, & Sarandón, 2018); involucra a todos, además de considerar los referentes culturales y sociales como el patriarcado, que genera formas de estructuración o jerarquización de la familia y la sociedad, que cohesionan la organización.

Este concepto involucra a los miembros de la familia como parte de un grupo social, en este caso no lo individualiza, aunque algunos teóricos se han referido al campesino para reseñar a un grupo social, a una categoría social relacionada a labriego, a trabajador agrícola y tal vez, al habitante del campo, resulta complejo asociarlo a una sola definición (Vázquez García et al., 2013). El concepto de campesino lo caracteriza Wolf (1991), como el habitante del área rural, el que produce, el dueño de la tierra, el trabajador, pero precisamente las condiciones son diferentes, en ese sentido el campesino trabaja la tierra, cosecha, cría ganado, desarrolla actividades agropecuarias, produce, consume y alimenta su familia, y este es el campesino al que nos referiremos.

Sobre el concepto de campesino (Breton Solo de Zaldivar, 1993; Wolf, 1991) ⁴ son sugerentes los planteamientos de Rafael Domínguez (1992), que consideramos orienta nuestra perspectiva de análisis, particularmente plantea características respecto a las diversas actividades que el campesino realiza y lo define como un grupo social representado por su modo de vida rural, que obtiene los medios de subsistencia de la producción agropecuaria y de otras actividades realizadas por la familia, en una interacción permanente con el ecosistema y a partir de una pluriactividad entorno a lo económico; es decir, combinan la producción agrícola, con la ganadería, la elaboración y venta de quesos, producen y venden frutas, además de llevar al mercado pollos, huevos, hortalizas y otros productos que extraen de su finca.

Las familias campesinas ponen en práctica conocimientos tecnológicos, producción natural y actividades complementarias, algunas derivadas del mercado para asegurar el sustento (Domínguez Martín, 1992), lo que se pudo apreciar en las indagaciones exploratorias, salidas de campo y entrevistas a los productores de queso en algunas veredas del municipio de Paipa, en que se puede considerar su entorno familiar, sus formas de vida y las diversas actividades que realizan para la subsistencia. Las familias campesinas, combinan sus saberes y tradiciones con las generadas por la tecnología y el mercado para lograr formas productivas, que reconfiguran las identidades, por lo que esta categoría no es estática, se ajusta a las condiciones, al medio y a los cambios sociales.

La familia productora rural, como lo sostiene Schejtmán (1980) no constituye una economía natural que genere autoconsumo, hay insumos que se producen y otros que se deben adquirir en el mercado de bienes y de servicios, donde la familia ofrece sus productos y en ocasiones su fuerza de trabajo, los que hacen parte del sostenimiento de la familia; de igual manera, en esta dinámica adquiere los recursos y productos que no produce en su finca y que considera necesarios. Este concepto se acerca a la caracterización de familia campesina del sector rural del municipio de Paipa, que en su finca (Salcedo et al., 2014) ⁵ cultivan cereales, frutas, a la vez que, cuidan ganado vacuno, bovino, cerdos y gallinas; preparan quesos y desarrollan diversas actividades. Los campesinos definen cómo combinar y utilizar todos estos recursos, cómo y cuándo producirlos, y cuándo llevarlos al mercado y a qué tipo de mercado, como se puede apreciar en el relato de Rojas:

Uy, eso significa, eh, unos conocimientos bonitos porque no todos podemos hacer queso, no todos sabemos porque... digamos las condiciones en que estén las familias, unos crían ovejas, otros crían vacas, qué sé yo... se ponen a crían cabros y cada quien... digamos en lo mejor que le fue a su papá o a sus hermanos mayores, uno trata de seguir como ese ejemplo, esa tradición de que es buena, entonces, ¿por qué no seguirla? ¿no? Y en este momento el queso le han dado un reconocimiento que viene de muchos años y que es un buen producto" (Grupo Investigador, 2017).

Esto, refleja su papel como productores, consumidores, comerciantes luego, mediante el mercado dinamizan la economía rural porque compran, gastan, venden, y a través de sus productos se pueden apreciar redes de mercado, que inciden también en la cotidianidad de las familias.

Además, a través del estudio de las familias se analizaron códigos culturales de la comunidad, que se derivan de las actividades de la familia, de la identidad campesina, donde se relacionan saberes y prácticas, que se originan en un contexto específico, que, aunque se articulan con la sostenibilidad dinamizan aspectos culturales relacionados con saberes tradicionales y el significado que se construye en torno a este, como es el caso del queso de Paipa.

LA FAMILIA CAMPESINA: SABERES Y TRADICIONES

La familia es una forma de organización que, desde el punto de vista productivo es considerada unidad, en esta interactúan sus miembros, además de la experiencia vivida, comparten percepciones y tradiciones que la diferencia de otras unidades productivas. La familia puede ser nuclear o extensa, cuyas tipologías (Gutiérrez de Pineda, 1968) no son el objeto de este estudio. La familia es el primer vínculo de socialización y es el acercamiento que tiene un individuo a la sociedad. La estructura familiar depende del número de miembros que la integran, una forma puede ser nuclear: padre, madre e hijos; otra puede ser extensa, la que además de la estructura nuclear puede estar integrada por tíos, primos y abuelos; también existen otros vínculos familiares permeados por la espiritualidad como el compadre, el padrino y el vecino.

Los vínculos que se establecen en la familia como institución son fundamentales, allí se generan las bases del conocimiento y las primeras formas de socialización. En esta primera etapa los individuos aprenden conceptos, se identifican con los lugares, implantan valores, referentes sobre el espacio, perspectivas cíclicas que asocian a su cotidianidad como las épocas de lluvia y sequía, los días de mercado; también identifican objetos y su utilización, asimismo, al ejecutar labores que, por sencillas que parezcan, van generando experiencias a través de las cuales establecen una relación directa con la familia y el entorno. Esas experiencias las podemos conocer a través de los relatos en que afloran sus recuerdos y su afinidad con el terruño.

Los relatos de las familias campesinas son un referente importante para acercarnos a sus vivencias y formas de vida, al escuchar sus voces percibimos sus expresiones, emotividades y representaciones, que son exteriorizadas a través del lenguaje que contiene referentes de tradición y elementos simbólicos que han adquirido relevancia en el contexto, por las rutinas y por la institucionalidad. Estos referentes han generado un conocimiento particular que ha pasado de generación en generación, pero no como conocimiento religioso o militar como lo exponen Berger y Luckmann (2003); sino como expresiones de la cotidianidad, que se van sedimentando y adaptando a las nuevas realidades, es lo que asociamos como identidad.

Los niños se vinculan a las actividades agropecuarias, y desde pequeños aprenden las labores del agro, como lo narra Coy:

Me vine a los siete años con mi abuelita y entonces se valían de una tía que viniera y ordeñara las vacas porque yo era pura pequeñita, (...) entonces yo empecé que yo voy a ayudar a ordeñar, que déjenme que si a ver que yo aprendo a ordeñar; entonces, yo todos los días le ayudaba a mi abuelita, a lo último aprendí a ordeñar, entonces ya como a los veinte días, entonces yo ya sabía ordeñar [...] (Grupo Investigador, 2020a).

La experiencia de la actividad agrícola en los niños (as) se genera desde su participación en las labores cotidianas, por esto adquiere una dimensión cultural y simbólica, que va más allá de las actividades del trabajo (Ortíz Hernández, 2016).

El aprender a realizar las labores del agro es algo que los actores sociales narran con cierta vanidad, el participar en estas actividades da autonomía al interior de la familia y los conecta con el terruño, de allí empieza a fomentarse la experiencia y un lenguaje sobre el oficio. Por otra parte, la relación entre sus integrantes se sustenta en el papel que cada miembro ocupa dentro de la familia y de sus funciones; por ejemplo, la abuela representa autoridad y conocimiento, sin desconocer las relaciones patriarcales que hacen parte de la estructura familiar (Rohrbach Viadas, 2013). A través de este tipo de interacción familiar se ha desarrollado una dimensión socio-cultural propia, caracterizada por la generación de vínculos intergeneracionales y por el traspaso de los conocimientos, las tradiciones y costumbres de generación en generación (Salcedo et al., 2014).

Por otra parte, la familia adquiere un valor simbólico sobre el terruño, allí produce, vive, y de lo que se produce se alimenta. En ocasiones el predio se ha adquirido por herencia, luego los referentes también son generacionales, donde se establece no solamente como lugar, sino que se considera una relación con la cultura adquirida y ligada a la comunidad rural; en este sentido, la tierra va más allá de la producción agrícola, que

se considera base para los ingresos familiares y para el consumo de alimentos, el área se adquirió por herencia o pertenecía a los padres de uno de los miembros de la pareja. Esto hace parte del referente territorial que han construido los actores sociales, corresponde al territorio más íntimo, el terruño o lugar del hábitat que cumple la función de mediación entre el mundo interior y exterior, lo privado y lo público; de esta manera, el hábitat genera una dimensión simbólica y cultural del territorio (Giménez, 2015).

Por ejemplo, la producción láctea y quesera considerada tradición familiar en esta región, de más de 3 generaciones; y que los productores sienten que el proceso responde a prácticas tradicionales que se conectan con las subjetividades como lo relata Cárdenas:

El Queso Paipa es un producto que enamora, es un producto que le da a uno gusto trabajarlo porque creo que es de los productos que más se consiente, ¿se consiente porque?, porque desde el momento que se va a empezar a hacer se trabaja con leche fresca, se hace a mano todo, cada día hay que darle un cariño al queso, cada día hay que estarlo revisando, que su proceso de maduración esté bien y creo que es de los quesos más consentidos (Grupo Investigador, 2019d);

por eso, aunque es dura la vida del campo, la gente lo disfruta; sobre todo porque consideran que cultivan y obtienen los productos directamente de la tierra, elaboran alimentos como el queso que consumen cuando lo desean; tienen gallinas y sus derivados que igualmente consumen sin ningún químico, y que sacan al mercado cuando hay excedentes o cuando necesitan obtener recursos que no tienen en la finca; a la vez que establecen una conexión directa con el pasado.

Ese referente identitario de tradición y cuidado en la producción se puede apreciar en las voces de los entrevistados, que no solamente tienen una representación económica sino cultural. Para los productores de “Queso Paipa”⁶ la estructura familiar es de relevancia, tanto por las relaciones afectivas que allí se tejen, como por la distribución de actividades y funciones, y el aprendizaje que representa para los miembros de la familia. A medida que los hijos crecen también aumentan las necesidades, esto demanda realizar actividades complementarias para “sacar a sus hijos adelante”, como lo manifiestan los actores sociales. Fonseca, productor de leche y queso, expone que de esta actividad se alimentó su familia conformada por los padres y 14 hijos.

Yo soy el mayor de los hombres, me tocaba ayudar a trabajar en el campo, arar, a cultivar la cosecha de papa, maíz, arveja, trigo, cebada, y cuidar las cinco vaquitas que teníamos, (...) y de ahí era donde se sacaba la leche. Enseguida, ya como a la edad de doce años, ya se, se dejó un poco la agricultura y se amplió el negocio del queso y la leche, porque ya la agricultura, la salud no alcanzaba para estar todos los días debajo del azadón (Grupo Investigador, 2019g).

Un día de trabajo en la rutina normal para los habitantes del área rural implica levantarse temprano 4 -5 de la mañana, además de las rutinas del hogar, el ordeño que se debe realizar todos los días, el atender a sus hijos, preparar los alimentos, atender a los obreros, si los hay, preparar el queso, del que según la cantidad de leche, pueden durar entre 2 y 4 horas; una vez terminan, continúan las labores del campo: ver el ganado, desplazarse al trabajo en los cultivos o preparar los productos para llevarlos al mercado. En palabras de Castro, “nos desocupamos así de todo [hacer el queso] por ahí a las dos de la tarde y luego nos vamos para la finca a trabajar allá, a hacer las labores que hay que hacer en la finca”(Grupo Investigador, 2019f).

Al interior de las familias se distribuyen las actividades, en algunas ocasiones se mantiene la estructura patriarcal⁷ como estrategia de autoridad y de jerarquización social, en que las mujeres se dedican a labores de cocina, preparan los alimentos para los trabajadores (obrerros), los menajes de la familia y realizan los quehaceres del hogar; mientras que a los hombres generalmente les corresponden las labores que demandan fuerza, luego esta es una manera de organización y jerarquización de la sociedad, que es asimilada por los niños desde su tierna infancia (Grupo Investigador, 2019g).

La familia genera vínculos con el territorio que consideramos expresiones de identidad, por ejemplo la finca donde vive, allí se producen y desenvuelven actividades de integración e interacción, que según van der Ploeg, es como un flujo que une pasado, presente y futuro, lo que significa que cada finca tiene una historia donde convergen recuerdos, con relación al trabajo, a los vínculos familiares, al crecimiento y sostenimiento de los

hijos, a los ingresos, al cuidado de los animales, a los cultivos; en ocasiones los padres están trabajando para que sus hijos “salgan adelante” y esto los conecta con las diferentes generaciones. En ese sentido, la finca es el lugar donde se acumula experiencia, donde tiene lugar el aprendizaje y el conocimiento que es transmitido a otras generaciones. “A menudo la finca familiar es un nodo en redes más amplias que hacen circular las nuevas ideas, prácticas, semillas, etc” (2013, p. 7). Estas reflexiones, permiten ilustrar la vida familiar campesina en el municipio de Paipa, por cuanto allí reposan recuerdos, tradiciones, referentes simbólicos, que van más allá de la producción y el valor monetario que se obtiene por los productos.

El conocimiento y las tradiciones también son un referente económico, a través del estudio de las familias, así, se pueden analizar los códigos culturales y de capital, teniendo en cuenta que son productores, consumidores, comerciantes, y que mediante el mercado dinamizan la economía rural porque compran, gastan, venden, y por medio de sus productos se pueden apreciar redes de mercado, que inciden en la cotidianidad de las familias, para obtener los medios de subsistencia. Por ende, la familia como unidad productiva, que desarrolla adaptación y transformación de know-how y productos comerciales, con la finalidad de satisfacer los diferentes requerimientos del grupo, siempre enmarcados en las posibilidades territoriales para la generación de bienes consumibles, como se describirá en el siguiente aparte.

LA ACTIVIDAD AGROPECUARIA COMO FORMA DE VIDA Y SUSTENTO

El trabajo en el área rural hace parte de la vida de los campesinos, que, desde niños, en el ambiente familiar, aprenden a trabajar, preparar la tierra, a cultivar, cuidar y cosechar; no solamente se limitan a saber cultivar, sino que asimilan la importancia del cuidado de animales de carga y animales de traspatio, el proceso lácteo, cría de aves, ovinos y otros. Este tipo de prácticas, se acercan al concepto de economía campesina planteado por Schejtmán (1980), quien considera que la producción rural no constituye una economía natural que genere autoconsumo, los elementos que se producen pueden ser variables y los que no se obtienen en la finca, se deben adquirir en el mercado. Así, esta unidad familiar se incorpora al mercado de bienes y de servicios, a la vez que ofrece sus productos y en ocasiones su fuerza de trabajo, lo que hace parte del sostenimiento de la familia. Este concepto se acerca a la caracterización de familia campesina del sector rural del municipio de Paipa, que en su finca (Salcedo et al., 2014) cultivan cereales, frutales, al tiempo que cuidan ganado vacuno, bovino, cerdos y gallinas; preparan amasijos y desempeñan diversas actividades. Los campesinos definen cómo producir y utilizar todos estos recursos, cómo y cuándo prepararlos, y cuándo llevarlos al mercado y a qué tipo de mercado.

La finca no es solo un lugar de producción, es un lugar donde los niños/as crecen y desde la infancia establecen contacto con la agricultura, la ganadería y con el mercado, como lo resaltan Salcedo et al (2014). Los niños en paralelo que aprehenden los saberes de sus abuelos y padres, aprenden y establecen una relación importante con el territorio (Santos, 2000)⁸ y con la naturaleza. Ellos desarrollan un sentido de pertenencia que es importante para la defensa de sus tradiciones culturales.

La ganadería es un componente central de la economía de las familias campesinas en el municipio de Paipa, la que es aprovechada tanto para la producción láctea como para el comercio de carne. Un sector de los productores lácteos elabora queso, otros comercializan la leche; a la vez que cuidan animales: cerdos, ovejas, gallinas, pollos. Estos animales, los cuidan para sacarlos al mercado, lo que representa también una ganancia. Durante el cuidado de los mismos, extraen las crías para la venta; también crían gallinas, de las que extraen los huevos criollos que son apetecidos por la población de las ciudades circunvecinas. La oveja es utilizada tanto por la lana como por la carne, las que tienen su propio mercado, la lana es empleada para la artesanía: la fabricación de ruanas y cobijas. La cría de porcinos está destinada a la industria alimentaria y su comercialización se realiza en las ciudades de Duitama, Paipa y Tunja principalmente (Grupo Investigador, 2019a).

Adicionalmente a la cría y cuidado de animales, los campesinos cultivan árboles frutales: mora, pera, curuba, durazno, tomate de árbol, breva y otros; también cultivan papa, maíz, arveja y frijol para su sostenimiento, y los excedentes los llevan al mercado, que es considerado por Rafael Domínguez (1992) como adaptación, para referirse a las relaciones del campesino con el mercado y con el capital; a través del cual se establece reciprocidad entre comerciante y consumidor. Los productos se venden en el mercado para recibir ingresos, que serán utilizados en la compra de bienes e insumos necesarios para la producción en la finca y para la satisfacción de sus necesidades básicas. Esto, permite vislumbrar una diferencia en la concepción entre los trabajadores agrarios y el mundo rural, situando este último en las diversas actividades, relaciones sociales y culturales, teniendo en cuenta que los habitantes del área rural son agricultores, que en ocasiones no reciben una remuneración adecuada por su trabajo ni por los productos que llevan al mercado.

La producción agrícola requiere de inversión en químicos, maquinaria y compra de semilla; así como del cuidado, regadío, control de plagas y buen clima. Todo esto demanda inversiones, con que no siempre cuentan los campesinos, muchos acuden a préstamos al banco, comprometen sus cosechas, la producción láctea e hipotecan sus fincas. Para obtener dicho empréstito deben dejar como garantía sus predios, por lo que si hay problemas ambientales: lluvias, sequías o heladas, que inciden en la producción, pueden incluso perder sus fincas. Por ejemplo, Cipagauta proyectó en 2017 la siembra de 200 bultos de papa, invirtió 9 millones de pesos (USD 2287) en fungicidas, y resalta que no alcanzó a recoger \$4.000.000 (USD 1016) en la producción, o sea que por solo fungicidas perdió \$5.000.000 (USD 1270) más la semilla, el arreglo de la tierra, la inversión de mano de obra y otras actividades. En su relato:

Todo el resto de inversión se perdió, trabajo y todo por el precio, porque en el [mercado] pagan a 30 mil pesos carga de papa, y [todo cuesta] vale la sacada 7 mil pesos, pague el obrero, y ahora el empaque, [en la alimentación de los trabajadores]: en la carne, el guarapo, el gasto de gasolina todos los días. Eso no quedó nada, eso todo se perdió la inversión (Grupo Investigador, 2019c);

La producción agrícola en la segunda década del siglo XXI, ha disminuido, la gente vio mayor rentabilidad en la ganadería y otros debido a las reformas de seguridad alimentaria y a los fuertes cambios climáticos abandonaron la producción; algunos ven que las actividades del campo son pesadas y que no compensan con el trabajo; en otros casos, los productores son personas mayores, pues sus hijos han migrado a las ciudades y no siguieron la tradición productiva. Adicionalmente, las empresas que les compraban los productos como Las Malterías- de Santa Rosa, las han cerrado, en ese sentido, no ven mayores proyecciones con productos como cebada y papa. En versión de Ochoa:

Aquí un sector ya grande de Paipa que ya uno no ve siembra nada, muchas veredas de aquí, por ejemplo, aquí Cruz de Murcia, Venta de Llano, Quebrada Honda, El Chital, Vargas; ya no, no ve nada de siembra, ya no están sembrando ni un 10% de lo que sembraban primero (Grupo Investigador, 2019c).

Otro aspecto es cómo utilizar de la mejor manera los recursos de su finca para la producción, los que dependen en parte del trabajo campesino, del significado social y cultural.

La familia campesina del área rural de Paipa además elabora amasijos: almojábanas, pan de yuca, mantecada, pan, arepas, envueltos, mogollas, galletas, “regañonas”. Estos productos que son típicos de la región, se preparan a base de leche y sus derivados: queso, cuajada, mantequilla, suero; y hacen parte de la cultura objetivada que generan representatividad territorial. En la región es una actividad tradicional que ha reconocido al territorio y junto con el ‘Queso Paipa’ se ha consolidado como referente identitario (Giménez, 2005). Estos productos en ocasiones los elaboran para fiestas especiales cuando hay reuniones familiares, también son una forma de ingresos para el sustento de las familias campesinas. Inicialmente, los amasijos (almojábanas, pan y galletas) se horneaban con leña, lo que les daba un sabor particular. Estos fueron reemplazados por hornos a gas y eléctricos según Monroy y Ochoa (Grupo Investigador, 2020b), que han variado la técnica de producción, pero se mantiene la elaboración de amasijos como referente identidad.

Entonces, en la finca y en la familia se afianzan prácticas culturales en torno a la producción, al alimento, a las fiestas, a las creencias; que son valores culturales que perviven y que los habitantes del área rural del municipio de Paipa refieren como tradiciones, que crean identidad y hacen parte del patrimonio cultural.

Como base para el sustento de las familias paipanas, el ganado, los productos agrícolas, frutales y los amasijos son llevados a los mercados locales y regionales para su comercialización. El mercado local de la ciudad de Paipa es espacio de encuentro para el intercambio, que permite transferir o adquirir bienes, productos, en este caso, no necesariamente se derivan de las leyes de la oferta y la demanda, sino que contribuye con la configuración de diversas relaciones de integración social, puesto que allí, se generan prácticas sociales y culturales que le dan un significado particular a los productos, al valor y al intercambio socio cultural. Domínguez (1992) establece una diferenciación, que consideramos relevante para explicar la participación de las familias campesinas en el mercado, y en los mercados campesinos como lugares de intercambio y comercialización de productos, donde se instituyen patrones de intercambio en que el campesino participa como vendedor o comprador, y establece relaciones monetarias en torno a los productos, pero sujeto más, a las necesidades; es decir, suele vender en época de cosechas a precios más bajos, mientras lo que compra puede coincidir con precios altos. Cuando hay buenas cosechas hay exceso de productos y esto implica baja en los precios, cuando las cosechas son malas sube el precio de los productos. Es una relación económica que no los beneficia porque la oferta motiva la disminución de precios, que favorece a los compradores y no a los productores.

Los campesinos del área rural del municipio de Paipa después de vender los productos que llevan al mercado, compran lo que les hace falta, por ejemplo: concentrado para los cerdos, sal para el ganado, el mercado de la semana; lo que no se produce en la finca. Como se observa a continuación: “él va y vende su quesito y no hace sino puai, 500 mil, el transporte, traer mercadito y todo queda por ahí 350 y de la lechesita que gasta en los quesitos, es así la rutina, todos los días yo tengo mi listica en mano, mis clientes [...]”(Grupo Investigador, 2019b)”

A pesar de las dificultades, los campesinos persisten con la producción de frutales, de pastos para la ganadería, de leche y queso; y en otros casos, de amasijos, son actividades relacionadas con el campo, que dan cuenta de la tradición, de la creatividad que desarrollan para la supervivencia, de explotar los recursos que el medio les ofrece, interactuar con la naturaleza y aprovechar mejor su hábitat.

En el campo adicionalmente, hay aspectos que para el campesino son importantes, como es sentirse libre y que respiran aire puro, algo que hemos aprendido a valorar en estos tiempos de confinamiento y pandemia. Pero la libertad también les da autonomía para cultivar y manejar su tiempo y trabajar a su ritmo. Estos elementos, les proporcionan otras satisfacciones: comer directamente lo que producen, sin químicos, respirar aire puro, sentirse útil y disfrutar de lo que hacen. Esto hace parte de la identidad y de las actividades de la familia campesina.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

El estudio de la agricultura no logra explicar los diversos matices de la vida rural, pues, aunque el agricultor tiene una concomitancia con el espacio, con la tierra, donde se establece una relación bidireccional tanto con el agricultor como con la tierra y la producción. También es importante considerar esa relación con el lugar donde se vive, pues no solamente el espacio sino la familia y el aprendizaje que allí se produce, instauran maneras de apropiación de saberes, afectos y tradiciones. En nuestro concepto, y con relación a la percepción del campesino en su contexto, se reconoció que, está dada por la relación tanto afectiva como económica con la tierra, donde además de la agricultura y la producción, quien vive en el área rural elabora sentimientos y afectos por el territorio donde vive, donde produce, donde tiene referentes tradicionales y familiares; y la familia como primer escenario de socialización contribuye a afianzar esos procesos identitarios; que son particulares en la vida rural, es decir la manera en que las personas aprovechan el medio donde viven, el hábitat,

las relaciones familiares, la organización del tiempo, la percepción del espacio, la manera de vivir las épocas de lluvia y sequía. Así, como las expresiones culturales, relaciones intergeneracionales, expresiones religiosas, comportamientos vecinales, maneras de usar y entender el dinero, distribución del ocio, entre otras.

Adicionalmente, con relación a los valores, se han tomado como referentes las actividades de la familia campesina, además de lo económico, allí, se dan procesos de socialización y aprendizaje, sumado a prácticas culturales que ligán al sujeto con el terruño, tomando en consideración las tradiciones, los recuerdos, los referentes, los imaginarios y representaciones, etc (Pérez, 2016). Aquí, se rompe el esquema entre lo rural y lo urbano como escenarios aislados; entre estos dos, se establecen vínculos a partir de las redes económicas y culturales, que como lo resaltan Berger y Luckmann (2003), pueden generar sedimentos culturales que permanecen por varias generaciones y que hacen parte de las identidades. Así, el aprendizaje que tienen los niños desde la infancia con relación a la producción agrícola y ganadera, y que es reconocida por el grupo familiar para su sostenimiento, afianza valores y tradiciones; lo que nos permitió apreciar la continuidad de prácticas culturales, que hacen parte de la identidad de las familias campesinas del área rural del municipio de Paipa.

Finalmente, en cuanto a lo económico vale la pena considerar que los habitantes rurales del municipio de Paipa son productores y consumidores, que construyen vínculos monetarios, acoplados con la producción natural, que acuden a la articulación entre tecnificación con prácticas tradicionales, a escalas y procesos diferentes con miras a mejorar la producción. Acuden al mercado como medio de intercambio para vender los productos de su finca y adquirir los insumos y elementos faltantes; pero en el mercado también se despliegan prácticas y lenguajes que afianzan las tradiciones, generando vínculos con los compradores, con los transportadores y con sus copartidarios. Por otra parte, se podría señalar que cada familia campesina es un escenario particular, que, aunque comparten actividades y percepciones, cada una desarrolla sus formas de organización y sus procesos lucrativos.

*Financiación: El artículo se deriva del proyecto de investigación “Narrativas en torno a la producción de Queso Paipa, como patrimonio identitario en la zona rural del municipio de Paipa”, financiado por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación - Minciencias, la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC) y la Universidad de Boyacá.

REFERENCIAS

- Berger, P., & Luckmann, T. (2003). *La construcción social de la realidad*. Argentina, Buenos Aires: Talleres Gráficos Color Efe.
- Bloch, M. (1999). *La tierra y el campesino. Agricultura y vida rural en los siglos XVII y XVIII*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Breton Solo de Zaldivar, V. (1993). ¿De Campesino a agricultor? La pequeña producción familiar en el marco del desarrollo capitalista. *Noticiero de Historia Agraria*, (5), 127–159.
- Canarí Rodríguez, A. R. (1995). *Diagnóstico sobre oferta y comercialización de leche cruda en las bebidas de Bonza, Romita, Sátiva y Toibita del Municipio de Paipa*. Tunja: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia-UPTC.
- Carmagnani, M. (2008). La agricultura familiar en América Latina. *Revista Latinoamericana de Economía*, 39(153), 12–56.
- Castell, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Chayanov, A. (1975). Sobre la teoría de los sistemas económicos. *Cuadernos Políticos*, (5), 15–31.
- Departamento Nacional de Estadística-DANE. (2018). Censos de población publicados. Retrieved July 13, 2021, from https://www.google.es/search?q=población+dane+por+municipios+2018+excel&client=safari&channel=mac_bm&ei=0-u7YMunBMPj5NoP5KSSkAc&oeq=colombia+censo+1995+2018+resultados+pdf&gs_l

- Rohrbach Viadas, C. (2013). La Ancianidad entre la tradición patriarcal, el empirismo campesino y la modernidad. *Anales de Antropología*, 47(1), 167–187. Recuperado de [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0185-1225\(13\)71010-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0185-1225(13)71010-5)
- Salcedo, S., de la O, A. P., & Guzmán, L. (2014). El concepto de agricultura familiar en América Latina y el Caribe. *Agricultura familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política*. Chile: FAO.
- Santos, M. (2000). El territorio: un agregado de espacios banales. *Boletín de Estudios Geográficos*, 96, 87–96.
- Schejtman, A. (1980). Economía campesina: Lógica interna, articulación y resistencia. *Revista de La Cepal*, (11).
- Shanin, T. (1979). *Campesinos y sociedades campesinas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- van der Ploeg, J. D. (2013). Editorial: Agricultura familiar campesina: Redescubriendo la agricultura del futuro. *Leisa Revista de Agroecología*, 29(4), 4–8.
- Vázquez García, A., Ortiz Torres, E., Zárate Temoltzi, F., & Carranza Cerda, I. (2013). La construcción social de la identidad campesina en dos localidades del municipio de Tlaxco, Tlaxcala, México. *Agricultura, Sociedad y Desarrollo*, 10(1), 1–21. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-5472201300010001
- Wolf, E. (1991). *Las Luchas campesinas del siglo XX*. Madrid: Siglo XXI.
- Yin, R. K. (2003). *Applications of case study Research* (2nd ed.). New Delhi: SAGE.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: design and methods* (4th ed.; SAGE, Ed.). Recuperado de https://books.google.com.co/books?id=FzawIAdilHkC&printsec=frontcover&dq=Case+Study+Research:+design+and+Methods,+Applied+social+research+Methods+Series&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Case+Study+Research%3A+design+and+Methods%2C+Applied+social+research

NOTAS

- 1 Un trabajo pionero de Marc Bloch tanto la producción agrícola preocupada más por el cultivo de cereales, también la cría de ganado, cuyos usos son múltiples. Aunque Bloch se refiere a estas actividades como ‘agricultura antigua’, para el caso de la región central sigue siendo una tradición, un oficio y una práctica de supervivencia. (Bloch, 1999). Otros estudios sobre campesinos: (Fals Borda, 2017; Wolf, 1991).
- 2 Uno de los pioneros es el texto de Marc Bloch (Bloch, 1999). Aunque Darío Fajardo refiere a agriculturas campesinas para describir la interacción de la familia en los procesos productivos (Fajardo Montaña, 2018).
- 3 Un tipo de queso semimaduro, de producción artesanal que ha logrado incursionar en el mercado global.
- 4 Sobre este concepto de campesino, Víctor Breton resalta las dificultades para establecerlo como categoría teórica o plantear una conceptualización explícita, por eso muchos han planteado categorías como: mundo rural, economía campesina, agricultura familiar, entre otros. (Breton Solo de Zaldivar, 1993; Chayanov, 1975; Shanin, 1979; Wolf, 1991).
- 5 Aquí no hemos definido un tamaño explícito de la finca, la asumimos como el lugar de hábitat y producción. Algunos consideran que una finca tiene una extensión de 5 hectáreas, en los estudios sobre el Caribe se refieren 2 ha, en otros casos de 1 ha. Garner, 2012, citado por (Salcedo et al., 2014).
- 6 El Queso Paipa, es un tipo de queso semimaduro con denominación de origen en 2011, que ha sido reconocido en los mercados internacionales. Este es un tipo de producto artesanal que logró dicha denominación tomando en consideración los saberes tradicionales, las condiciones ambientales, características organolépticas de la leche que le dan unas particularidades al producto.
- 7 Sistema social o de Gobierno basado en la autoridad de los hombres de mayor edad en el entorno familiar, que genera formas de desigualdad social (González Vázquez, 2013).
- 8 Entendemos por territorio la relación o el uso del espacio por la sociedad en un momento determinado, lo que genera cambios fundamentales tanto en el uso, como en los valores sociales y culturales que de éste se derivan, a lo que Milton Santos denomina “cosa usada”, donde se establece una relación entre lo material y lo social, considerando también lo cotidiano como parte del estudio de esa construcción social (Santos, 2000).