

El café de alta calidad y los minifundistas cafeteros de Guatemala

Edward F Fischer y Bart Victor

RESUMEN

La producción de café en Guatemala ha sufrido una dramática transformación en los últimos veinte años. Los cambiantes gustos de los consumidores de Norteamérica han generado una nueva demanda por cafés de alta calidad denominados “Strictly Hard Bean”, cafés cultivados a más de 4.500 pies de altura. Como resultado, muchas de las grandes plantaciones situadas a menores altitudes que durante largo tiempo fueron sinónimo del café guatemalteco, abandonaron su producción cafetera, para sustituirla por plantaciones de caucho, palma africana y otros cultivos. Al menos 50.000 productores en su mayoría pequeños propietarios de los altiplanos, han comenzado a cultivar café para dar cabida a este nuevo nicho de mercado. En base al enfoque de las capacidades para el desarrollo, este artículo examina cómo los pequeños productores guatemaltecos buscan un futuro mejor, orientan su compromiso hacia este nicho de mercado. La mayoría de estos productores vive en modestas condiciones con limitados recursos y oportunidades. No obstante, como ellos lo describen, el café representa una oportunidad dentro de un contexto de pocas oportunidades: una vía imperfecta para alcanzar marginalmente una mejor vida.

ABSTRACT

Coffee production in Guatemala has undergone a dramatic transformation over the last twenty years. Changing tastes among Northern consumers has driven new demand for high quality “Strictly Hard Bean” coffees that are grown above 4500’. As a result, many of the large, lower altitude plantations long synonymous with coffee in Guatemala have abandoned production, moving into rubber, African Palm, and other crops. At least 50,000 mostly smallholding farmers in the highlands have begun growing coffee to fill this market niche. Building on a capabilities approach to development, this paper examines how smallholding Guatemalan producers’ desires for a better future orient their engagement with this new market. Most of these small producers live in very modest circumstances, with limited resources and opportunities. Yet, as they describe it, coffee represents an opportunity in a context of few opportunities, an imperfect means to a marginally better life.

Palabras clave: pequeños productores, cafés especiales, oportunidad de vida, mercado internacional, mano de obra.

El café de alta calidad y los minifundistas cafeteros de Guatemala

Edward F Fischer¹ y Bart Victor²

PRESENTACIÓN

Durante los últimos veinte años y como consecuencia del colapso de los precios de 1993 y una vez más en 2001, el comercio de café en Guatemala ha sido drásticamente transformado (Murray, Raynolds & Taylor, 2006; Bacon, Méndez & Gliessman, 2008). A lo largo del siglo XX, la producción cafetera de Guatemala fue una industria altamente concentrada compuesta por un pequeño número de grandes productores. Estos cafetaleros operaban privadamente plantaciones de su propiedad y dependían de una fuerza de trabajo temporal, migrante para entregar un alto volumen de este producto básico a un bajo costo. Los grandes productores comercializaban con exportadores y tostadores igualmente grandes y concentrados, con quienes completaban la cadena de valor global del producto; este fue el camino que encontró el café para llegar a las tazas de todo el mundo bajo nombres como Folgers, Maxwell House y cientos de otras marcas. En las comunidades del gran

altiplano Maya donde se reclutaba la mano de obra, el trabajar en las fincas cafeteras fue y continúa siendo la última oportunidad de empleo, debido a los bajos salarios y la duras condiciones de trabajo.

Actualmente se encuentra un gran número de antiguos trabajadores cafeteros y agricultores de subsistencia que mantiene a sus familias con el cultivo y venta de su propio café. La variada topografía guatemalteca proporciona un amplio rango de variaciones micro-climáticas y altitudes que producen distintos tipos de café. El rápido crecimiento de pequeños productores -al menos 50.000 nuevos productores durante los últimos veinte años, doblando así el número de productores en Guatemala³- ha alterado significativamente el aspecto de la caficultura guatemalteca. En los altiplanos occidentales la mayoría de los nuevos productores es indígena. Estos productores están cultivando variedades de café cada vez más diferenciadas y de alta calidad en sus pequeñas parcelas, utilizando mano

¹ Departamento de Antropología de la Universidad de Vanderbilt. TN 37204 Nashville, Estados Unidos. edward.f.fischer@vanderbilt.edu

² Facultad Owen de Estudios Superiores de Administración de la Universidad de Vanderbilt. TN 37235 Nashville, Estados Unidos. edward.f.fischer@vanderbilt.edu

³ Estimación basada en los registros de exportaciones de café de Anacafé, la Asociación Nacional de Productores de Café de Guatemala.

de obra familiar y contratando jornaleros; la mayoría procesa y vende su café a través de una cooperativa. Su producción es vendida a veces como variedades de origen específico a pequeños y medianos tostadores en diversas partes del mundo, en lugar de desaparecer dentro de los vastos lotes no diferenciados de los productos básicos.

La aparición de esta nueva clase de productores no fue intencional, pero dista mucho de ser accidental. Los factores críticos que contribuyeron a la entrada y crecimiento de los nuevos productores de café incluyen las macrodinámicas del mercado global del café, las políticas y acciones de la elite cafetera tradicional de Guatemala, la intervención de las ONG y agencias internacionales y los avances tecnológicos en comunicación y transporte. Fue el colapso del precio del café arábigo lavado cultivado en las fincas de menor altitud, lo que creó la necesidad de que los antiguos productores de café encontrarán nuevas fuentes de ingreso (Eakin, Tucker & Castellanos, 2006; Ponte, 2002). Fueron los cambios en los gustos y estilos del primer mundo (Tucker, 2010; Weissman, 2008) lo que indujo a la industria cafetera de Guatemala a buscar trasladar su producción a mayores altitudes donde creciera el café *Strictly Hard Bean* de alta calidad. Fue una consecuencia de la historia de la propiedad de la tierra en Guatemala (Martínez, 2009; Figueroa, 1980) lo que empujó a la población indígena y pobre hacia las altas pendientes de la vertiginosa topografía del país, justo donde el café de alta calidad puede ser cultivado. Pero fueron las elecciones enmarcadas en las preferencias específicas de los mismos agricultores lo que determinó cómo se sembraría, cultivaría,

cosecharía, procesaría y comercializaría este café y lo que esto significa para ellos, en términos de su visión de una vida mejor.

Esta investigación se basa en entrevistas a una muestra de 82 nuevos pequeños productores, procedentes de reconocidas regiones cafeteras de Guatemala, distribuidos entre el Altiplano Occidental y Altiplano Central/Oriental. Los entrevistados fueron seleccionados de un panel de pequeños productores (poseedores de fincas con menos de 5 hectáreas de café) y nuevos productores (los primeros en producir café para exportar en los últimos quince años); donde el 66% era población indígena. Se recogió información sobre prácticas de cultivo, relaciones de mercado, participación en cooperativas, financiamiento y prácticas laborales. Las entrevistas en profundidad proporcionaron información sobre la vida personal de los caficultores y sobre el papel y significado del café en sus vidas, familias y sus comunidades. Esta información se ve complementada con entrevistas realizadas a los líderes actuales y técnicos de Anacafé, la Asociación Nacional de Productores de Café de Guatemala.

Guatemala se ubica como un país de ingreso medio-bajo en términos de Producto Interno Bruto per cápita, pero esto oculta sus altos niveles de inequidad y pobreza extrema (Fischer, 2001). La desigualdad en materia de riqueza e ingreso en el mapa de Guatemala se determina no solamente por clases sino también por divisiones étnicas. Aproximadamente la mitad de la población es étnicamente Maya y por cualquier tipo de medición los Mayas rurales sufren desproporcionadamente de pobreza y falta de acceso a la tierra, la educación y a los servicios de salud.

Figura 1. Regiones cafeteras de Guatemala



Fuente: Instituto Geográfico Nacional de Guatemala.

Se ha intentado profundizar en lo que han significado para los productores minifundistas de Guatemala, los dramáticos cambios del mercado mundial del café y cómo su deseo por un mejor futuro orienta su compromiso hacia este nuevo mercado. Hemos considerado lo que llevó a los pequeños productores a involucrarse en la producción de café y cómo éste juega un papel de importancia en sus vidas y medios de subsistencia. También exploramos porqué Anacafé, cuyos intereses han estado históricamente ligados a la elite terrateniente cafetera, llegó a promover las variedades regionales de alta calidad sobre cafés básicos producidos por la mayoría de las grandes fincas⁴. Todo esto sucede dentro de un contexto de mercado global caracteri-

zado por un dramático cambio en favor de cafés de alta calidad en los Estados Unidos y cada vez más en otros lugares, lo que acompañó el desplazamiento hacia la producción a mayores altitudes.

El café es a menudo una industria brutalmente carente de sentimientos. No obstante, a la vez, está llena de valores y aspectos morales -mucho más que en los cultivos de trigo, azúcar o roble y es mucho más personal que el petróleo. El café sobresale como símbolo de lo mejor y lo peor del comercio global y de las relaciones Norte/Sur - desde las duras realidades de la mano de obra de las plantaciones, hasta las brillantes promesas del comercio justo (Reichmann, 2008). Tal y como lo mostramos, estos valores son reconocidos no solamente por los ricos consumidores de Norteamérica, sino también por los mayormente pobres productores rurales de la muestra en estudio.

El enfoque de las capacidades para el desarrollo (Sen, 1999; Nussbaum, 2011; Alkire, 2002,; Foster, 2010) sostiene que el desarrollo humano debe ser medido por la capacidad de los individuos para visualizar y perseguir las metas que valoran, así como por las oportunidades reales para alcanzar estas metas. No obstante, como señalan los críticos, lo que las personas valoran no se origina en fuentes puramente endógenas: sus deseos son modelados por las relaciones de poder, normas sociales y estructuras institucionales

⁴ El término "commodity" (materia prima básica) acoge la distinción de Kopytoff (1986, p. 83) que separa la materia prima y la "singularización" donde esta última convierte la materia prima en un objeto único. La singularización permite separar elementos tales como cafés de calidad alta, de otras formas no diferenciadas de la masa de la materia prima básica.

(Li, 2007; Williams, 1987, Jagger, 2006; Escobar, 1994; Conroy, Murray & Rosset, 1996). Este artículo examina cómo los deseos, culturalmente y moralmente afectados de los nuevos pequeños productores de café en Guatemala, operan dentro de las estructuras de oportunidad del mercado cafetero nacional e internacional.

La argumentación de las aspiraciones y la organización de los nuevos productores de café, se basaron sobre un marco de capacidades y se introdujo el concepto de deseo. Los deseos como ideales conceptuales que comprometen realidades materiales y sociales y que son redefinidos en el proceso, se basan ampliamente en las metas y escalas originales respondiendo a ciertas realidades, de manera que cambian sustancialmente esas metas (Fischer & Benson, 2006). En el caso guatemalteco, una serie de factores externos (incluyendo cambios en los gustos de los consumidores, relaciones existentes de mercado, y las tendencias hacia fuentes directas) han creado una particular estructura de oportunidades en la formación del mercado cafetero. Aquí se observa cómo los deseos de los pequeños caficultores se involucran en esta estructura imperfecta (llena de intercambios y de sus propios incentivos) en busca de esa mejor vida que visualizan a partir de sus circunstancias actuales.

CAFÉ, MANO DE OBRA Y POLÍTICA ECONÓMICA GUATEMALTECA

La historia de Guatemala está profundamente ligada al café; al igual que en muchos otros países de América Latina, el café ha estado asociado con las peores formas de explotación

colonial y se ha visto enmarcado en los dramáticos ciclos de auge y caída de los mercados de los productos básicos (Roseberry, Gudmundson & Kutschbach, 1995). Inicialmente el café fue traído a Guatemala a mediados de 1800 justo cuando se terminaban los “booms” del índigo y la cochinilla roja, como resultado del desarrollo de los tintes sintéticos en Europa. En 1860, el café representaba el 1% de las exportaciones de Guatemala, participación que se elevó para alcanzar el 44% en 1870 (Woodward, 1990). Ha sido su producto individual de exportación de mayor importancia y la historia política nacional ha seguido muy de cerca las vicisitudes de la oligarquía cafetera (Williams, 1994; Paige, 1997; Wagner, 2003; Gudmunson & Lindo, 1995).

El dictador, Justo Rufino Barrios (1873-1885) convirtió la producción de café en la columna vertebral de sus reformas económicas liberales en la década de 1870. Expropió los terrenos de la iglesia y confiscó las tierras comunitarias Mayas y las vendió en condiciones muy favorable a quienes se convertirían en los barones del café, principalmente emigrantes alemanes e ingleses (Cambranes, 1985). Los alemanes residentes en las cercanías de Cobán llegaron a estar especialmente asociados con la producción guatemalteca de café y por ello los alemanes y el café mantuvieron una cercana participación con el discurso popular guatemalteco (Wagner, 1991).

Durante los siglos XIX y XX la oligarquía cafetera guatemalteca controló la producción con más fuerza que sus pares en otros países (con excepción tal vez del estado de Chiapas en México y El Salvador) y ejerció efectivamente su influencia sobre los asuntos de Estado

(Paige, 1997). Esta clásica estructura de marcado control de la propiedad de las grandes plantaciones estuvo íntimamente asociada con las estructuras explotadoras jurídicas, políticas y sociales (Williams, 1994; Rice 1999).

La producción cafetera de Guatemala creció de la mano con políticas de trabajo forzado dirigidas hacia las comunidades indígenas. El café requiere masiva mano de obra estacional en las épocas de cosecha y la fuerza de trabajo en Guatemala era escasa en las zonas de las grandes plantaciones. Como respuesta, el Estado inició una política conocida como *mandamiento* en la década de 1870 que obligaba a la población rural a trabajar un cierto número de días por año (cuando no eran trabajadores de tiempo completo) en proyectos escogidos por el gobierno. Dirigida principalmente a la población campesina indígena, la mano de obra ordenada por el *mandamiento* era utilizada en obras públicas, también fue una política pública para asignar trabajadores en las plantaciones de café como soporte a este crucial sector de la economía exportadora. Formalmente, el sistema de *mandamiento* se prolongó hasta la década de 1920; de manera informal, otras formas basadas en el servilismo laboral y prácticas coercitivas de trabajo se mantuvieron (McCreary, 1994). Incluso hoy, trabajadores son reclutados desde comunidades distantes, a menudo atraídos con préstamos y alcohol.

Hasta 1900, Guatemala exportaba la mayor parte de su café a Alemania. Ya en esas

tempranas épocas, el mercado alemán tenía estándares excepcionalmente altos, tanto para la calidad del café como para la apariencia del grano. Como resultado, los cafés alemanes debían ser procesados en húmedo (McCreary, 1994), estableciendo un legado en la producción de granos lavados de alta calidad. Los estándares guatemaltecos de crecimiento a la sombra y procesamiento húmedo de arábigos requieren más mano de obra y más agua que los métodos secos (Pendergrast, 2010) pero producen una calidad notablemente superior. Después de 1900, el mercado de los Estados Unidos creció en importancia, convirtiéndose rápidamente en el principal destino de las exportaciones de café guatemalteco (Paige, 1997).

El café continúa siendo una de las principales exportaciones de Guatemala, y casi un 30% de la fuerza de trabajo rural está involucrada en su producción, procesamiento y comercialización (Lyon 2011). No obstante, la producción de café en Guatemala ha cambiado radicalmente durante los últimos veinte años. Las grandes plantaciones tradicionalmente asociadas con la producción de café, produjeron principalmente cafés Prime y Extra Prime. A pesar de sus nombres⁵, estas variedades de relativamente baja altitud (cosechados entre 2500 y 3500 pies) se encuentran en el extremo inferior de la cadena de valor del café. Como señala Roseberry (1996), los gustos estadounidenses en café han cambiado, apartándose de los productos básicos y orientándose hacia los cafés de alta calidad,

⁵ Categorías como Prime, Extra Prime y Strictly Hard Bean son usadas en el comercio guatemalteco aunque no son muy usadas internacionalmente.

denominados “café especiales”. Este café es cultivado a grandes altitudes, el mejor por encima de los 4500 pies.

El resultado del cambio en la producción guatemalteca de café ha sido dramático. Las exportaciones totales han caído significativamente desde 2001. Al mismo tiempo, las exportaciones de café arábigo lavado de alta calidad han crecido en forma notable y actualmente constituyen la mayor parte de las exportaciones totales (ver la Figura 2). Así, mientras las exportaciones totales son menores, el café de alta gama representa un mayor porcentaje de ellas, resultando en crecientes ingresos por concepto de exportación desde la caída de 2001 (ver la Figura 3)⁶.

EL CAFÉ

Hay dos especies principales de café que se cosechan en la actualidad; Arábigo (*Coffea arabica*) y Robusta (*Coffea canephora*). Como su mismo nombre lo indica, Robusta es una planta más sana y produce mayores cantidades a temperaturas y altitudes más bajas. Su sabor, sin embargo, es considerado inferior, más amargo y ácido y con mayor contenido de cafeína. Con algunas excepciones importantes (por ejemplo, Brasil es el mayor productor de café arábigo y el segundo mayor productor de café robusta), el arábigo se cosecha en Centro y Sur América y en África Oriental mientras que el robusta se cosecha en África Occidental y Asia Sur Oriental (Vietnam es el mayor productor mundial seguido por Brasil) (Wild, 2004).

La especie arábigo se destaca por contar con una variedad mucho más amplia de sabores, el “perfil de taza” como se conoce en la industria. Cultivado a mayor altitud y generalmente bajo la sombra, las condiciones

Figura 2. Guatemala - Volumen de exportaciones de café por categoría

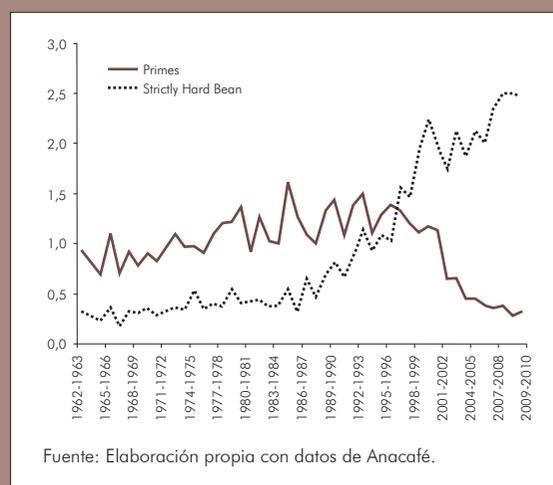
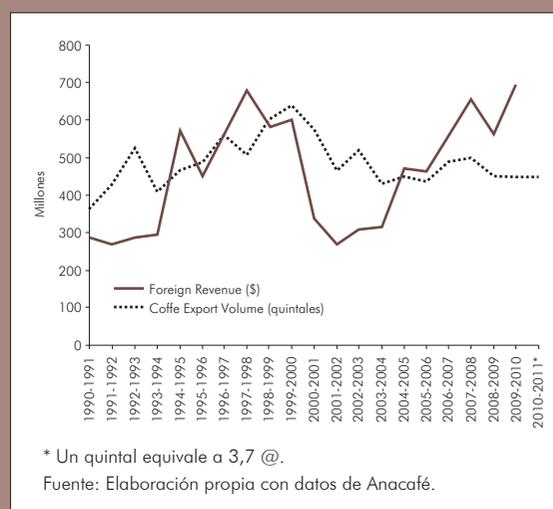


Figura 3. Guatemala - Ingresos del exterior y volumen de exportaciones de café



⁶ C.f. Sick (1999) y Smith (2009) sobre las diferentes reacciones a cambios en el mercado en Costa Rica y Panamá.

climáticas y de cultivo producen un café de sabor más profundo y concentrado, con tonos que van desde los granos oscuros y chocolate hasta los cítricos (usando el vocabulario desarrollado alrededor del vino y usado actualmente para describir los cafés de alta calidad). Los arábigos además se clasifican dependiendo de la altitud en que se producen, los cafés de mayor altitud tienen un sabor más concentrado y se consideran de mejor calidad (Weissman, 2008). En el mercado guatemalteco, las denominaciones “Prime” y “Extra Prime” se refieren a cafés cosechados entre 2500-3500 pies; “Hard Bean” (Grano Duro) y “Semi-Hard Bean” (Grano Semi-Duro) entre 3500-4500 pies; y la calidad más alta “Strictly Hard Bean” (“Grano Estrictamente Duro” o “SHB”) desde 4500 hasta cerca de 6500 pies⁷. Los cafés gourmet y especiales son casi exclusivamente SHB arábigo y actualmente hasta las más reconocidas marcas masivas de café (Folgers, Maxwell House, etc.) comercian cafés arábigos e incluyen SHB. El café robusta es usado principalmente como relleno de mezclas más baratas y cafés instantáneos (Luttinger & Dicum, 2006).

La métrica global de los precios cafeteros es el precio C de los contratos de futuros en Nueva York. Comercializado desde hace tiempo en la Bolsa de Productos Básicos de Nueva York (actualmente ICE Futures), el precio C, como es conocido, se aplica a la calidad de arábigos lavados. Los contratos se aplican

a contenedores de grano verde procedente de 19 países de origen para entrega en una de las ocho bodegas autorizadas de los Estados Unidos y Europa (Nueva York, Nueva Orleans, Houston, Bremen, Hamburgo, Amberes, Miami y Barcelona) (Luttinger & Dicum, 2006).

Cada país o región productora recibe una prima o descuento de la tasa C dependiendo de la calidad; el café colombiano regularmente recibe una prima entre 10 y 14 puntos. Guatemala en 2010 fue el sexto mayor productor de café del mundo, no obstante su reducido tamaño, los arábigos lavados de Guatemala reciben una prima constante sobre el precio C, aunque no tan alta como las primas colombianas. El precio final pagado a los agricultores en Guatemala puede alcanzar 20% o más del precio C en el caso de Fair Trade y cafés especiales (Martinez-Torres, 2006). En general, cerca del 12% del precio en los supermercados y cerca de un 3% del precio de la taza de café preparada llega al caficultor.

EL MERCADO DEL CAFÉ EN ESTADOS UNIDOS

El café es uno de los productos más comercializados en el mundo. Es producido por más de 20 millones de agricultores y trabajadores, principalmente en países en desarrollo y es consumido en su mayoría por los estadouni-

⁷ En Guatemala los exportadores a menudo hablan del café SHB como si fueran sinónimos de lo que en el mercado internacional se conoce como “cafés especiales”. Si bien es cierto que casi todo el café SHB de Guatemala termina siendo parte de los cafés especiales y que la absoluta mayoría de los cafés especiales vendidos en el mundo son SHB, las dos denominaciones no son sinónimos. Hay cafés de alta calidad y cafés especiales que no son SHB y un gran porcentaje de la producción mundial de café SHB se destina al mercado de marcas cafeteras de consumo masivo.

denses, europeos y japoneses. Más del 60% de la población de los Estados Unidos toma café diariamente (Luttinger & Dicum 2006).

El consumo de café en los Estados Unidos aumentó paulatinamente a partir de finales del siglo XIX y hasta mediados de 1950 (si bien la escasez que se presentó durante la segunda guerra mundial ocasionó un cambio temporal hacia sustitutos inferiores). A partir de la década de 1950, el consumo per cápita de café en los Estados Unidos comenzó a decaer (justo cuando comenzó el crecimiento de los refrescos y gaseosas), tendencia que se mantuvo durante las siguientes cuatro décadas. Para 1993 el decrecimiento en el consumo estadounidense de café se estabilizó.

A partir de la década de 1950, las mezclas nacionales comenzaron a incluir café robusta que es de bajo costo y los cafés instantáneos (que utilizan más robusta) ganaron popularidad (Pendergrast, 2010; Wild, 2004). A medida que el mercado masivo se movió hacia menores costos y menor calidad, un movimiento contrario comenzó en favor de los cafés especiales de "alta calidad" en la costa occidental y en Nueva York (Tucker, 2010). Este cambio se inició a finales de 1960 con Peets y Zabars, seguidos a comienzos de 1970 por Starbucks. La tendencia por los cafés especiales creció lentamente a lo largo de 1970, ganando impulso durante 1980 y 1990 a través de la apertura de pequeñas cafeterías en todo el país.

A comienzos de 1990 hubo dos principales sectores compradores de café. En primer término los cafés industriales, con tostadores a gran escala dominados por unas pocas fir-

mas internacionales, Rice (2003), tales como Kraft (propietario de Maxwell House y Jacobs, entre otras marcas), Proctor&Gamble (liderados por su marca Folgers, actualmente propiedad de Smucker), Sara Lee, Nestlé y Tchibo (de Alemania) representaban la mitad de la totalidad de la compra de café. En segundo término, un mercado de cafés especiales mucho más difuso, compuesto por miles de pequeños y medianos tostadores y minoristas que se abastecían cada vez más de las unidades productivas de pequeña escala (ver Rice 1999). Los cafés especiales se distinguen en la comunidad industrial de los cafés básicos por su homogeneidad, mediante la venta de "calidad en la taza", así como por su conexión con regiones y productores específicos. Tal y como anota Roseberry (1996), este hecho involucra una simulación de mercado, presentando una súper tipificada bebida del "post-modernismo" como si fuera algo singular y única, con un imaginario enlace con lugares y productores y creando así una sensación de intimidad y conexión.

Los cafés especiales han sido el segmento creciente en términos de volumen y utilidades durante los últimos veinte años (Weissman, 2008). El segmento de los cafés especiales prefiere las variedades de café arábigo lavado de alto precio y la mayor parte de los cafés especiales viene de la clasificación "Strictly Hard Bean" (SHB) que tiene un perfil de taza más rico y profundo en las clasificaciones Prime y Extra-Prime. Las zonas a mayores altitudes que se requieren para la producción del café SHB en Guatemala son a la vez las áreas más pobres del país y han servido como fuente de abastecimiento de mano de obra estacional para las fincas.

MANEJO DE LOS AUGES Y LAS CAÍDAS, CUOTAS Y CALIDAD: ANACAFÉ

Los precios mundiales del café han sido siempre volátiles, en respuesta a las sequías y heladas así como a las fluctuaciones de demanda de los consumidores. Esta fluctuación crea una gran vulnerabilidad para los países productores de materias primas en términos de ingresos de divisas y favorece a los grandes productores individuales, quienes tienen capacidad para sobrevivir a las caídas.

Fue esta vulnerabilidad la que llevó a los países productores a agruparse en la Organización Internacional del Café y a ratificar el Acuerdo Internacional del café de 1962 (AIC), que ayudó a estabilizar los precios para los tambaleantes países productores. (Estados Unidos apoyó esta medida con la esperanza que proporcionaría también una cierta inmunidad contra el comunismo). El Acuerdo Internacional del Café estableció un sistema de cuotas por país para así limitar la oferta. Cabe destacar que el acuerdo agrupó a 50 países productores (que representaban el 99% de la producción) y a 25 países consumidores (que representaban el 90% del mercado). El sistema de cuotas estuvo vigente hasta 1989 (Ponte, 2002).

A pesar de la firma del AIC, el liderazgo de Anacafé, la Asociación Nacional de Productores de Café de Guatemala, tuvo una larga historia de ambivalencia y hasta de resistencia en materia del sistema de cuotas. A finales de 1980 su Junta Directiva estaba integrada principalmente por cafeteros de toda la vida, asociados con los intereses de la elite terrateniente del país. Si bien se habían beneficia-

do largamente de la relativa estabilidad de precios del mercado masivo del grano, nunca se sintieron totalmente cómodos con el cartel global de productores, considerando que esto restaba a la calidad del producto guatemalteco. En entrevistas, los antiguos líderes también manifestaron un marcado compromiso con el enfoque inspirado por la escuela austriaca de economía de libre mercado, que en principio se oponía a cualquier enfoque de reglamentación del mercado. Anteriores presidentes de Anacafé hablaron con orgullo de la posición de Guatemala como una voz solitaria en aras de un enfoque de libre mercado en las reuniones internacionales. A la vez, miembros de su Junta también sintieron la necesidad de apoyar intervenciones para estabilizar el mercado tales como la emisión de un bono gubernamental respaldado por café después del colapso del AIC en 1989. Sin embargo. En 1990 la Junta de Anacafé unificó su posición alrededor de una posición de libre mercado, convirtiéndose en un opositor del sistema de cuotas (junto con los Estados Unidos) en la Organización Internacional del Café.

En 1993 los precios cayeron a sus niveles más bajos en casi veinte años y el liderazgo de Anacafé debió enfrentar la posibilidad de que esta vez la caída no era solamente resultado de las últimas fluctuaciones de precio, sino un paso más en el deterioro estructural. El consumo de café en Estados Unidos, el mercado más importante, se había reducido gradualmente desde comienzos de 1950, si bien las ventas de cafés especiales ofrecieron una luz de esperanza al declive del mercado. A los precios ofrecidos a comienzos de 1990 (tan bajos como de USD\$0.50 por li-

bra) sencillamente no era económicamente viable cultivar café, ni los grandes productores podían sobrevivir a menos que los precios recibieran algún apoyo o fueran subsidiados (Eakin, Tucker, & Castellanos, 2006; Murray, Raynolds & Taylor, 2006).

En una acción que los pasados presidentes de Anacafé al unísono cuentan como la historia de acatar el irresistible poder de las fuerzas del mercado, la Junta decidió en 1995 adoptar la estrategia de expansión en el segmento en crecimiento de los cafés especiales. Esto

se hizo mediante asistencia técnica que promovía los cafés SHB de alta calidad, acompañada con una estrategia de marketing que delimitaba ocho denominaciones de origen regionales de café en Guatemala, cada una con su propio perfil de taza (ver la Figura 5). Pero no fue solo el café lo diferente. A diferencia de las grandes fincas cafeteras que producían café Prime y Extra-Prime con altos rendimiento, los productores que cosecharon el café especial SHB fueron principalmente de pequeña escala, agricultores Mayas y ladinos de los altiplanos.

Cuadro 1. Las ocho regiones y ocho tazas de Anacafé

Valle de Acatenango

Marcada acidez, aroma fragante, cuerpo balanceado, un deleite limpio final
 Altitud entre 4300-6500 pies, 1200-1800 mm de lluvia anual, rango de temperatura 57-88 F, suelos volcánicos y de pómez

Antigua

Bien balanceado, rico aroma, gusto muy suave
 Altitud entre 5000-5600 pies; 800-1200 mm de lluvia anual; temperatura en un rango de 64-72 F; suelos volcánicos y de pómez

Atitlán Tradicional

Aromático con acidez cítrica y cuerpo entero
 Altitud entre 5000-5600 pies, 1800-2300 mm de lluvia anual; temperatura en un rango de 68-73 F; suelos volcánicos

Rainforst Cobán

Distintas frutas frescas; cuerpo bien balanceado, placentero aroma
 Altitud entre 4300-5000 pies; media entre 3000-4000 mm de lluvia anual; rango de temperatura 59-68 F; suelos de piedra caliza y barro

Sabana de Fraijanes

Acidez marcada y persistente; aromático; cuerpo bien definido
 Altitud entre 4500-6000 pies; media de lluvia anual entre 1500-3000 mm; rango de temperatura 54-79 F; suelos volcánicos y pómez

Altiplano de Huehue

Intensa acidez con cuerpo completo y placenteras notas de vino
 Altitud entre 5000-6500 pies; media de lluvia anual entre 1200-1400 mm; rango de temperatura 68-75 F; suelos de piedra caliza

Nuevo Oriente

Bien balanceado y con cuerpo completo de sabor a chocolate
 Altitud entre 4300-5600 pies; media de lluvia anual 1800-2000; promedio de temperatura 64-77 F; suelos metamórficos y de barro

Volcanic San Marcos

Notas florales en el aroma y el sabor, acidez pronunciada y buen cuerpo.
 Altitud entre 4300-6000 pies, 4000-5000 lluvia anual mm, rango de temperatura de 70-81 F, suelos volcánicos.

Fuente: Anacafé.

Parece extraño que Anacafé apoyara un cambio aparentemente contrario a los intereses materiales de los grandes productores que tenían una considerable influencia en la asociación. Pudo ser que estos grandes productores llegaron a darse cuenta que el café Prime que cultivaban no produciría los retornos pasados. Dado que este era el único tipo de café que podían producir en sus tierras, diversificaron su uso hacia otros cultivos y otros usos del suelo. En retrospectiva, esto parece haber sido una acción inteligente al sembrar caucho y optar por la ganadería, pero a la vez, esta decisión estuvo llena de riesgos e incertidumbre. Fácilmente se puede imaginar a la oligarquía cafetera conteniéndose durante el cambio de mercado, protegiendo brutalmente su participación en el mercado (Berry, 2001). En vez de hacer esto, también podrían haber ignorado a los pequeños productores, enfocando los recursos técnicos y de mercadeo de Anacafé al apoyo de la remanente producción de café Prime. Por el contrario, dedicaron la maquinaria de Anacafé al apoyo del mercado de los cafés especiales, de creciente volumen y rentabilidad.

Anteriores y actuales líderes de Anacafé explican esta decisión, no como un intento de ayudar a los pequeños agricultores, sino como un esfuerzo para seguir las tendencias del mercado: “simplemente seguimos el mercado” fue la frase que escuchamos una y otra vez. Más que una simple táctica de negocios, está profundamente arraigada a la posición “laissez faire” (dejar hacer) que es a la vez antiestatista (y anti-regulatoria) y pro-libre comercio (“debemos poder vender a quien queramos”, como explicó un gran productor). La verdad sea dicha, ellos no solamente siguieron el mercado: su mercadeo, el ma-

nejo de las marcas y los sistemas de origen alimentaron las tendencias del mercado de Norteamérica hacia los cafés SHB.

Para el 2000, Kraft, Nestlé, Sara Lee y Procter&Gamble controlaban cerca del 60% del mercado mundial y el 73% del mercado estadounidense (Martínez, Torres 2006; Renard, 1999), pero el creciente segmento de los cafés especiales representaba cerca del 10% de las exportaciones mundiales de café y aproximadamente el 15% del volumen de los Estados Unidos. Significativamente, los cafés SHB de Guatemala no siguieron los volátiles precios del contrato C. Los precios SHB continuaron creciendo incluso cuando los precios del contrato C bajaron.

El colapso de los precios internacionales de 1999-2003 fue ocasionado por la creciente producción brasileña y vietnamita de café de baja altitud y por la decreciente demanda por este tipo de café (Bacon, Méndez & Gliessman, 2008). Los precios de café cayeron hasta alcanzar mínimos históricos de menos de US\$0.50 por libra, por debajo de su costo de producción. En 2001, las exportaciones de café de Guatemala cayeron a USD\$320 millones, de un nivel de USD\$600 millones en 2000.

El café es intensivo en mano de obra y los mercados globales están siempre buscando mano de obra más barata. Es esto lo que ocasionó el desconcertante despertar y crecimiento de la industria cafetera de Vietnam; los costos de mano de obra de Guatemala en términos de café de calidad media y baja, de repente se tornaron más costosos en relación a estos nuevos mercados. Las familias productoras minifundistas están dispuestas a auto-ex-

plotarse, basándose en el trabajo familiar no remunerado, para competir y poder salir adelante; un patrón de conducta bastante común entre los campesinos de América Latina (Edelman, 1999; Kearney, 1996; Netting, 1993).

Como resultado de esta caída de los precios, muchos de los grandes productores nacionales de café salieron del mercado y se desplazaron hacia la producción de caucho, macadamia, aceite de palma y caña de azúcar; algunos de ellos sencillamente vendieron sus tierras. Muchos de los miembros más jóvenes de la elite de familias productoras de café se han desplazado hacia las finanzas o bienes raíces u otras actividades no agrícolas⁸. Simultáneamente, más y más pequeños productores en Guatemala (aquellos con menos de 5 hectáreas productivas) comenzaron a cultivar cafés SHB para el mercado de los cafés especiales; para el año 2000, representa-

ban el 30% de la producción total de café, un aumento del 16% con respecto a 1979 (Lyon, 2011). Actualmente, se estima que más del 50% de la producción cafetera de Guatemala viene de estos pequeños productores.

LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES Y LOS CAFÉS DE GRAN ALTITUD

En 2011, se realizaron 82 entrevistas en profundidad con nuevos pequeños productores de las regiones cafeteras de Guatemala⁹. La muestra fue tomada de una extensa base de datos de productores disponible en Anacafé, la Asociación Nacional de Productores de Café, que incluye a todos los productores de café registrados como productores para la exportación¹⁰; favor referirse a los Cuadros 2 y 3.

Se limitó la muestra a los productores que, de acuerdo con los registros de Anacafé, han

Cuadro 2. Descripción de los pequeños productores

	N	Mínimos	Máximos	Media	Desviación estándar
Edad	82	18	73	45.73	13.008
Años cultivando café*	71	1	63	21.18	13.494
Rendimiento (quintales por cuerda)	79	.10	18.00	22.189	286.768
Años de escolaridad	82	.00	18.00	54.512	440.861

* Años de cultivo de café para consumo familiar y venta en mercados locales; todos los participantes en la muestra comenzaron a producir café para la exportación en los últimos quince años.

Fuente: Resultados de las encuestas.

⁸ Esto surgió de entrevistas con anteriores líderes de Anacafé.

⁹ Tatiana Paz, Luis Velásquez, Carlos Pérez-Brito, Ixchel Espantzay, Pakal B'alam y Felipe Girón ayudaron a desarrollar el cuestionario de la entrevista; Paz y Velásquez finalizaron el diseño del estudio y del módulo de entrenamiento; y Paz, Velásquez, Espantzay, B'alam y Girón administraron las investigaciones de campo con el apoyo de Ana Liggia Samayoa, Ixkik Zapil, María Fernanda Villagrán, Elizabeth Pellecer y Tere Aguilar.

¹⁰ Debido a la naturaleza de la base de datos utilizada, virtualmente todos los productores entrevistados habían tenido contacto previo con Anacafé, muchos habían participado en los talleres de asistencia técnica.

Cuadro 3. Características socioeconómicas y demográficas de los pequeños productores

	Frecuencia	Porcentaje
Género		
Femenino	6	7.3
Masculino	76	92.7
Total	82	100.0
Educados		
Si	77	93.9
No	5	6.1
Total	82	100.0
Origen Etnico		
Indígena	54	65.9
Ladino	22	26.8
Mestizo	5	6.1
Otro	1	1.2
Total	82	100.0
Otras fuentes de ingresos líquidos adicionales al café		
Si	41	50.0
No	41	50.0
Total	82	100.0
Reciben ayuda económica para apoyar la producción de café		
Si	66	80.5
No	16	19.5
Total	82	100.0
Uso de tierras comunales en la producción de café		
Si	3	3.7
No	79	96.3
Total	82	100.0

Fuente: Resultados de las encuestas.

comenzado la siembra del café para exportación dentro de los últimos quince años. Se debe tener presente que se enfocó hacia la exportación; la mayoría de las personas en la muestra han cultivado café en tierras de su propiedad y para su propio consumo y ventas a nivel local desde hace más de quince años. Además, muchas de las personas en la muestra cuentan con una larga historia familiar de trabajo en las grandes fincas cafeteras. Seleccionamos entonces a aquellos

agricultores poseedores de predios relativamente pequeños. La definición de pequeño propietario varía dependiendo de las regiones cafeteras. La mayor parte de la muestra se tomó en los altiplanos occidentales, foco principal de este estudio¹¹. En estas regiones, de acuerdo con la definición de Anacafé un pequeño propietario, era aquel con menos de 2.2 hectáreas (50 cuerdas). En los altiplanos central/oriental, los predios promedio son significativamente más grandes. En total,

¹¹ Para efectos de esta investigación, los altiplanos occidentales incluye los departamentos de Huehuetenango, Alta Verapaz, El Quiché, Quetzaltenango, Sololá y Suchitepéquez; el altiplano centra/oriental comprende los departamentos de Sacatepéquez, Guatemala, Santa Rosa, Jalapa, Chiquimula y Zacapa.

52% de la muestra está conformada por propietarios que cultivan 1 hectárea o menos (20 cuerdas) y 20% cultivan más de 2.2 hectáreas (Cuadro 4).

La mayoría de la muestra se auto-identificó como indígena (66%); ver el Cuadro 5. En Huehuetenango, Quetzaltenango, Sololá y otras áreas de mayoría indígena, más del 75% se identifica como indígena, donde la mayoría habla la lengua Maya como lengua nativa. Significativamente, la producción de los pequeños propietarios es una empresa familiar en la que las esposas e hijos suministran un importante aporte de mano de obra. En la producción familiar, los hombres tienden a tomar la mayoría de las decisiones, aunque hay un creciente número de mujeres que asumen la responsabilidad de la producción de café. Un sorprendente 94% de la muestra era alfabeta, muy por encima del promedio nacional del 71%. En promedio contaban con 5.4 años de educación formal, una vez más por encima de las cifras demográficas generales (el promedio nacional es 4.9 años y significativamente inferior en las zonas rurales); ver el Cuadro 3.

Las entrevistas fueron realizadas por cinco grupos de dos entrevistadores cada uno; los

Cuadro 4. Cantidad de tierra dedicada al cultivo de café (en "cuerdas*")

Región	Media	N	Desviación estándar
Altiplano Occidental	23.76	49	24.02
Altiplano central/oriental	46.47	29	31.10
Total	32.20	78	28.87

* Una cuerda equivale a 0.393 hectáreas.
Fuente: Anacafé.

Cuadro 5. Autodescripción del productor

	Frecuencia	Porcentaje
Cafetalero / Caficultor	20	24.4
Agricultor	42	51.2
Finquero	1	1.2
Empresario	5	6.1
Otro	5	6.1
No response	9	11.0
Total	82	100.0

Fuente: Resultados de las encuestas.

entrevistadores eran todos nativos parlantes de español o maya. Después de obtener el consentimiento de los entrevistados y garantizar la confidencialidad, se procuró que las entrevistas fueran profundas y extensas y a menudo duraron tres horas o más; se llevaron a cabo en el campo, tanto en los hogares como en los mismos cultivos. A la vez que se recopilaba información demográfica, las investigaciones recogieron datos sobre los cultivos, las labores y las prácticas de comercialización del café de los nuevos productores. La profundidad de las entrevistas se concentró en explorar las historias individuales de por qué escoger el cultivo del café y sobre el impacto anticipado y experimentado de la producción de café sobre sus vidas y aspiraciones.

LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ PARA EXPORTACIÓN Y EL DESEO POR UNA VIDA MEJOR

En un desafío fundamental a la visión tradicional de economía del desarrollo, Sen (1985, 1999, 2002) sostiene que las condiciones materiales son simplemente medios para alcanzar un fin en materia de desarrollo; que

el verdadero objetivo debe ser la libertad de las personas para vivir la vida que desean (Nussbaum, 2011; Alkire, 2002). Nosotros usamos el concepto del deseo para reconocer que los valores, preferencias y bienes públicos son construidos socialmente. Los deseos son informados culturalmente, incrustados en sistemas morales, bajo formas que son importantes para la mayoría de las personas (Fischer & Benson, 2006, Kleinman, 2006). Los deseos también son aspiraciones inherentes (Appadurai, 2004). La forma que adoptan pueden ser más conservadora o más dinámica, pero los deseos son de naturaleza prospectiva, miran hacia adelante, apuntan hacia las satisfacciones futuras haciendo que el mundo sea nuevo y diferente (y presumiblemente mejor).

Este enfoque se basa en recientes trabajos de investigadores que documentan las formas en que pequeños agricultores se interesan por mejorar sus vidas, explorando nuevas opciones y buscando medios de vida más seguros para sí mismos y sus hijos (Sick, 2008; Jaffee, 2007; Lyon, 2011; Martínez-Torres, 2006; Tucker, 2008). Este trabajo señala la importancia de las aspiraciones por encima de la sobrevivencia inmediata, no solamente en la forma que los pequeños productores buscan maximizar su ingreso, sino también en sus esfuerzos por alcanzar la vida que desean; es decir, como configuran su actividad económica en relación con sus valores, tradiciones culturales, obligaciones sociales y el futuro imaginado. El entender tales deseos únicamente en términos de maximización del ingreso representa una falla para la revelación de las complejas trayectorias culturales que operan en la preferencia de algunas opciones sobre otras.

HALLAZGOS

Este estudio muestra como los deseos de los nuevos productores de café en Guatemala dieron forma a nuevas prácticas y enmarcaron el significado de sus escogencias. Los cambios en el mercado global abrieron nuevas oportunidades para los pequeños agricultores pero no dictaron, unilateralmente, las decisiones de los productores. Los propios y significativos deseos de los agricultores (en un contexto de normas culturales y obligaciones sociales) dictaron su compromiso con los nuevos mercados.

Las selecciones críticas que observamos incluyen el esfuerzo de los agricultores por mantener una continuidad de la agricultura de subsistencia (*milpa*); dan un carácter local a la mano de obra y al cultivo; navegan hacia el crecimiento, la financiación y membresía en cooperativas, mercadeo y opciones de cultivo para satisfacer no solamente sus preferencias de riesgo sino también para preservar dinámicamente y cambiar las oportunidades para una vida mejor concebida por ellos mismos. Así, los nuevos productores adquieren tierras a un ritmo lento pero paciente; planean hacia delante cómo responder a las inevitables fluctuaciones de precios; celebran la cosecha con sus vecinos; reconsideran lo que las cooperativas pueden y deben ser; y abren nuevas relaciones con los mercados internacionales.

En los grandes y tradicionales productores de café entrevistados, se observa un frecuente uso del término “cafetalero” como forma de auto descripción para identificar la primacía del café en su identidad. Una sorprendente mayoría de los nuevos productores de la muestra

no se auto identifica como cafetaleros. Mientras que apenas un 24% de ellos acepta el renombre de cafetalero, 51% se llaman a sí mismos “agricultores”. Esto refleja un papel diferenciado, más instrumental y utilitario del café como una fuente más de ingreso para la mayoría de las familias. La mitad de las familias entrevistadas tenían otras fuentes de ingreso (que van desde tejido hasta labores de trabajo ocasional en pequeños almacenes o cuidando los campos de terceros).

Este nuevo marco de quién cultiva café también representa un cambio significativo en las relaciones étnicas y en las estructura de oportunidades percibidas. Se halla en las entrevistas, que la exportación de café fue una vez considerada ser de dominio exclusivo de las elites, pero actualmente es vista como un mercado viable para los pequeños productores. Históricamente siempre han existido productores minifundistas (especialmente en el área alrededor de Antigua y el Lago Atitlán) pero ellos representaban una muy baja contribución a la producción total de café (Williams, 1994). Un hombre Q’eqchi’ de 21 años de edad (que ya había terminado el octavo grado) nos comentó: “yo aprendí de mi padre cómo cultivar café. Cuando niños jugábamos a sembrar café”; “y ahora lo he estado haciendo por mi cuenta desde hace algunos años. Antes no existía oportunidad

para nosotros los indígenas de plantar nuestro propio café, solamente la tenían los alemanes.” Muchos otros también comentaron que habían optado por dedicarse a la producción de café después que los “alemanes” (término corto y común para designar a la oligarquía cafetera que se estableció en el siglo XIX donde muchos tenían raíces alemanas) abandonaran la producción.

Todos los productores de la muestra habían comenzado a exportar café en los últimos quince años. Sin embargo, muchos de los nuevos productores entrevistados entraron gradualmente al mercado exportador y fue difícil para ellos dar una fecha exacta de cuando habían iniciado su producción. En los primeros días, las cooperativas que trabajaban con Fair Trade y otros regímenes de certificación podían pagar elevadas primas que estimulaban la producción y compensaban los sobresaltos del mercado¹². Los proyectos gubernamentales y la ayuda internacional (especialmente USAID) han también jugado un importante papel en llevar a nuevos productores al mercado y el 81% de la muestra había recibido alguna forma de asistencia financiera para su producción de café (Cuadro 3).

Debido al permanente crecimiento de la demanda por cafés arábigos lavados SHB, a partir de 2001, los precios han aumentado sus-

¹² Guatemala fue un miembro temprano del movimiento de café Fair Trade, trabajando con Holanda desde comienzos de los 1970s. Fair Trade dio un gran estímulo a las cooperativas de minifundistas para entrar al mercado y terminó siendo un importante constructor de capacidad para la futura explosión de los cafés SHB. No obstante, no fue sino hasta finalizar los 1990s que el mercado de Fair Trade comenzó a proporcionar un volumen significativo (el consumo estadounidense pasó de cerca de dos millones de libras al año a casi 45 millones de libras entre 1999 y 2005). En 2000-2001, cuando los precios cayeron a niveles históricos, las primas Fair Trade y el programa Starbucks (que pagaba casi el doble de los precios de mercado) ayudaron a sostener a muchos agricultores. Existe una notable paradoja fundamental en Fair Trade: este buscaba reformar el mercado en pro de justicia social pero trabajaba y dependía de los mismos mercados (Jaffee, 2007; Sick, 2008; Murray, Reynolds & Taylor, 2006).

tancialmente año tras año. Más recientemente, los precios de mercado para calidad SHB han superado las primas Fair Trade, lo que ha llevado a muchos productores a buscar salida de sus contratos cooperativos para vender a intermediarios que ofrecen mejores precios.

Es significativo que todos los entrevistados producen al menos una parte del maíz y granos necesarios para su subsistencia. Como bien los señalan Netting (1993), Altieri y Nicholls (2008) y Kearney (1996), la diversificación productiva para evitar el riesgo y la incertidumbre es una característica de las estrategias económicas campesinas y se halla estrechamente relacionada con el valor dado a la seguridad material en la muestra. Un agricultor comentó que “con un quintal de café puedo comprar 5 quintales de maíz” pero asimismo admitió que aunque guarda algunas semillas milpa, esta ecuación puede fácilmente invertirse si los precios del café caen y los precios del maíz continúan subiendo.

Para la mayoría de los pequeños productores, la articulación de los cultivos para venta y cultivos de subsistencia es una forma de balancear sus deseos de seguridad con el deseo de salir adelante. Manuel, un Mam Maya de 55 años de Huehuetenango nos explicó: “Yo acostumbraba cultivar milpa y trabajaba en las fincas pero vi a la gente de por aquí comenzar a ganar dinero y decidí hacer lo mismo. Aún siembro maíz y granos para la familia, pero el café nos proporciona más ingresos para cubrir gastos que la producción de maíz no puede cubrir”. Oímos diversas versiones de esta misma historia una y otra vez. Sergio, de 51 años, un hombre K'iche' comentó: “mis padres solo cosechaban mil-

pa; nadie sembraba café; no era nuestra costumbre. Crecimos sembrando milpa e íbamos a trabajar por dinero en las plantaciones de café y algodón. Pero ahora podemos ganar dinero con el café, yo lo use para enviar a mi hijo a trabajar a los Estados Unidos.”

Para aquellos que trabajaban en las fincas cafeteras, fue ahí donde aprendieron los procesos básicos de siembra y cuidado del café. A menudo tenían arboles de café como decoración y algunos para consumo interno, pero nunca fueron vistos como algo comercialmente prometedor. Especialmente en Huehuetenango, pero también en otras partes del altiplano occidental, un significativo número de familias habían tenido familiares trabajando en los Estados Unidos y enviaban remesas a casa. En la medida que la demanda comenzó a crecer en la década de 1990 para los cafés SHB como resultado del elevado aumento de los precios, estas familias expandieron sus lotes para dedicar más área al cultivo del café.

Carlos, un agricultor de 54 años en Huehuetenango, explicó que “al comienzo trabajábamos en las fincas cafeteras, primero con mi padre y luego por mi cuenta. No poseíamos tierra propia para trabajar; éramos pobres y no teníamos donde más trabajar, ni donde vivir, ni teníamos tierra para cultivar. Con el tiempo logramos ahorrar algún dinero de nuestro trabajo en las fincas y pudimos comprar algo de tierra y ahora sembramos café. En esa época tuve un patrón que me prestó algo de dinero para comprar media cuerda de tierra. Ahora tengo seis cuerdas y una casa. Es un trabajo duro pero he logrado hacerlo”.

Comenzar desde abajo, con apenas unos pocos árboles de café y expandirse gradualmente constituye una estrategia adversa al riesgo y no intensiva en capital (si bien los riesgos aumentan dramáticamente después de un cierto punto, cuando los agricultores han concentrado sus recursos en un cultivo dado durante varios años). En la medida que se expanden, la mayoría de los agricultores utiliza mano de obra familiar, usualmente concebida, en una contabilidad de costos mental, como fuerza de trabajo sin costo. Si crecen deben contratar trabajadores temporales en la época de cosecha. En la muestra, los pequeños productores que contratan trabajadores emplean entre 2 y 10 trabajadores, todos ellos locales.

María, una mujer de 32 años que trabaja con su esposo en sus propios seis acres de café observa que “el café es diferente a los otros cultivos que tenemos en esta zona. Es una forma de auto empleo que proporciona algo de ingreso a las personas, algunas veces suficiente para invertir. Cuando los agricultores son muy pobres no contratan a otros para la cosecha, la familia sola lo hace. Y este ingreso permanece en la comunidad. El maíz no es tan rentable, pero el ingreso del café nos permite comprar maíz y hasta mantener nuestra milpa”.

Hay, por supuesto, una significativa inversión de capital en el café: toma normalmente entre tres y cuatro años comenzar a producir y luego se puede mantener una producción máxima hasta por quince años. La mayoría de los nuevos productores coloca sus apuestas en una producción que se expande gradualmente de acuerdo con los aumentos en la demanda del mercado. Una vez que se ha

establecido un lote considerable y de buen tamaño, sin embargo, el riesgo aumenta ya que la persona está más o menos atada al café en el mediano plazo. Cuando el mercado se expande esto no es problema, pero en los períodos de contracción, los pequeños productores son particularmente vulnerables.

La mayoría de los agricultores dicen estar comprometidos a largo plazo con el café, si bien reconocen que los precios deben bajar en algún momento. Recuerdan como si fuera hoy la caída del 2000-2001, cuando los precios registraron mínimos históricos y los grandes productores salieron del mercado. Aún así, los pequeños productores que han diversificado sus fuentes de ingreso manifiestan estar en capacidad de sostenerse durante una etapa de precios bajos porque la producción de café cuenta con el beneficio de adaptarse a insumos variables durante varios años. Si los precios son bajos, el café puede dejarse más o menos sin atención durante uno o dos años sin que sufra mayor daño. Entonces, cuando los precios suban, se limpia y se cosecha.

El tipo de conexión entre los agricultores y los mercados es crucial para éxito relativo (Ensminger, 1996). Los pequeños productores venden ya sea a una cooperativa (si pertenecen a ella) que se encarga de su propio beneficio (una planta procesadora húmeda) o directamente a un beneficio privado (si tiene acceso a un camión para su transporte). La venta directa a una cooperativa o beneficio privado es preferible. Algunos intermediarios son vistos favorablemente cuando proporcionan asesoría o préstamos; otros son vistos como “coyotes” depredadores que prestan

dinero garantizado por la cosecha a tasas de usura y pagan el producto por debajo de los precios de mercado.

Los productores consideran que ser parte de una cooperativa o asociación es una clara ventaja: el 74.4% de la muestra pertenecía a una asociación y quienes no eran, manifestaron que les gustaría serlo. Las cooperativas dan mejores condiciones en materia de préstamos, garantizan un comprador para la producción y convierten la transferencia de información técnica y de mercado en algo más eficiente. Algunos productores se quejan de que las cooperativas operan casi a beneficio privado y de liderazgo específico y participación, pero en general las cooperativas son vistas como una gran ventaja (Sick, 1999; DeHart, 2010).

Los agricultores normalmente reciben de los compradores la información referente a precios (la cooperativa, el beneficio o el intermediario) lo cual los pone en situación de desventaja. La mayoría vende el café en cereza (o sea el grano maduro recién recogido) que, para garantizar la calidad debe ser procesado en un plazo de 24 horas. Algunos agricultores tienen la capacidad de procesarlo a una etapa de pergamino, que se paga mejor y que les permite guardar el producto si no les gustan los precios ofrecidos.

Las deudas son un aspecto importante para los pequeños productores. Cada encuestado de la muestra (100%) han recibido préstamos y la mayoría incurre en ellos casi anualmente. La mayoría de los préstamos provienen de entidades bancarias (especialmente Banrural, cuya misión, patrocinada por el Estado es prestar servicio a los agricultores) y las

asociaciones cooperativas. Estos préstamos pagan los fertilizantes y otros insumos y ayudan al sostenimiento de las familias hasta la época de cosecha. Pero deben ser asimismo considerados como una carga y un obstáculo para salir adelante. Estos pequeños agricultores están trabajando constantemente para pagar sus deudas.

El café es percibido, no como una forma de hacerse rico, sino como una significativa fuente de ingreso que puede mantener a las familias lejos de la pobreza absoluta. Para la mayoría de los agricultores de pequeña escala, el ingreso cafetero no es suficiente para sostener a sus familias, pero constituye una fuente importante de ingreso adicional, una estrategia más, entre muchas, de la economía familiar.

Miguel, un agricultor ladino de 41 años de Huehuetenango comentó que: “tenemos que traer comida a la mesa pero también nos gustarían otras cosas, que nuestros hijos vayan a la escuela y para esto el café no es suficiente. Por eso nos sentimos restringidos y nos vemos en mala situación si alguien de la familia se enferma”.

Significativamente nuestros entrevistados generalmente definieron pobreza como el no poseer tierra y tener que trabajar en las fincas. Consideran el trabajo de siembra estacional como una forma de dependencia aunada a la incomodidad de verse separados de sus familias, lo que prefieren evitar siempre que sea posible. Prefieren preservar su riqueza en forma de tierra y perciben la producción de café como una forma de aumentar sus predios (o de permitir su compra por primera vez). Quieren salir adelante quieren alcanzar algo

más en sus vidas, quieren ver prosperar a sus hijos. Son realistas en sus expectativas sobre el café y valoran sus limitadas posibilidades.

CONCLUSIONES

El café está íntimamente ligado a los deseos de los agricultores minifundistas que entrevistamos. Por una parte, es en sí mismo una meta: expandir y aumentar la producción de café. Aún más importante, estos agricultores ven el café como un medio para otros fines, un camino hacia una vida mejor tal y como ellos la conciben. La producción de café proporciona a los pequeños productores una senda de movilidad hacia el progreso y aquellos más capaces de sacar ventaja de las nuevas oportunidades no son los más pobres de los pobres. Aquellos con un más elevado nivel de educación, con algunos predios de su propiedad y con algunas otras fuentes de ingreso están mejor posicionados para cosechar los beneficios de la producción de café.

Los pequeños agricultores de la muestra hablan del café en un lenguaje congruente con el enfoque de las capacidades para el desarrollo (Alkire, 2002; Alkire & Foster, 2009). Valoran el potencial de generación de ingreso del café pero lo toman como un medio para mayores fines tales como la educación de los hijos, la compra de más tierra y la consecución de un mejor nivel de seguridad financiera. El café es un vehículo imperfecto para el desarrollo económico, pero permite a sus productores alcanzar un mayor nivel de control sobre el destino que valoran. De hecho, no perciben la falta de empresa o de capacidad como lo que los detiene sino que culpan a la falta de oportunidades. Un joven

agricultor opinó: “si tuviéramos la oportunidad tendríamos más éxito pero sencillamente no tenemos esa oportunidad”.

Lyon (2011), en su estudio de los nuevos minifundistas productores de café en la ciudad guatemalteca de San Juan-La Laguna, informa que los locales se refieren a la nueva producción de café como “la bomba” que explotó en la comunidad, trayendo ingresos que permitieron a las familias dar fin a la migración estacional a las plantaciones de las planicies, construir casas con ladrillos de cemento y educar a sus hijos” (Lyon, 2011.p. 6). Así como Lyon menciona el poder de las desigualdades, las fallas de las prácticas de comercio justo (“fair trade”) y las contradicciones y complejidades de la organización cooperativa, también encuentra que el café es valorado por la mayoría de los agricultores como una herramienta de importancia para ayudarles a alcanzar el futuro al que aspiran. Martínez-Torres (2006) han demostrado que, en determinadas circunstancias, los pequeños agricultores pueden movilizar su capital social y cultural para competir ventajosamente en el mercado de los cafés especiales (en este caso, los orgánicos).

Reichman (2008) opina que “los agricultores de Honduras no consideran que el comercio de café sea fundamentalmente injusto o explotador” (Reichman, 2008.p.3). De esta misma forma, los pequeños productores entrevistados no ven el café como bueno ni malo, sino como una herramienta, una tecnología, un medio para alcanzar otras metas, como un vehículo para sus deseos. Esto no quiere decir, que el comercio de café sea justo o libre, como señalan Reichman (2011), Lyon

(2011) y Jaffee (2007), existen desigualdades estructurales e inconsistencias aún en el segmento del comercio justo para desventaja de los pequeños productores.

Es importante tener en cuenta que los deseos se ven restringidos por lo que perciben como posible, por el dominio de lo que es alcanzable y concebible. Goldín (2009), muestra cómo las diversas estrategias seguidas por las unidades familiares rurales de Guatemala definen, en forma dialéctica, las ideologías económicas y el territorio de lo que es posible y deseable. En la muestra, los productores de café construyen sus aspiraciones en las difíciles circunstancias en que se encuentran. En este contexto de limitadas oportunidades, la mayoría de los agricultores ven el café como una adición benéfica (y hasta potencialmente lucrativa) a las estrategias de la economía familiar.

Una confluencia de factores condujo al surgimiento de los nuevos mercados cafeteros en Guatemala a lo largo de los últimos veinte años. El desplazamiento del comercio internacional hacia los cafés especiales, de alta calidad, diferenciados regionalmente, creó una nueva demanda por cafés cultivados a mayores altitudes que las de las tradicionales fincas cafeteras de Guatemala. La Asociación Nacional de Productores de Café de Guatemala comenzó a promocionar las designaciones de origen basadas en los factores agrícolas, ecológicos y biológicos que contribuyeron a “la taza”. Parte importante del crecimiento de estos cafés de calidad SHB se ha originado en estos pequeños productores minifundistas de las tierras altas. Esto ilustra las formas complejas y muchas veces inespe-

radas en que la globalización llega a lugares y épocas particulares.

En la muestra, la producción de café es vista como una adición positiva a un limitado rango de actividades generadoras de ingreso. El café no es percibido como una panacea sino como un recurso útil y como un medio para alcanzar otros fines. Según lo comentó un productor de mediana edad: “cultivar café no me ha permitido tener todo lo que quise en mi vida pero me lleva en esa dirección y eso ya es algo”. El creciente mercado de café SHB de alta calidad ha creado una nueva oportunidad para muchos minifundistas mayas y ladinos en los altiplanos, para ejercer su capacidad emprendedora en busca de una mejor vida auto-concebida. Significativamente, el café es visto no como un logro sino como un medio para otros logros.

El aumento de pequeños productores es visto también como una alternativa positiva al trabajo en las plantaciones. La mano de obra puede trabajar su jornada diaria localmente sin tener que desplazarse a las fincas o emigrar. Los trabajadores informan que las condiciones son generalmente mejores que en las plantaciones. La mayoría de los pequeños productores pagan un jornal diario que no es una tarifa por quintal y que es considerada más justa. Los trabajadores informan sobre la condiciones de trabajo más informal y amistoso, contar con condiciones de vida más casuales y mejores para la convivencia. Un hombre explicó que “antes, cuando trabajábamos en las fincas nuestras familias debían separarse, pero ahora tenemos más oportunidad para estar juntos y ser más independientes. Uno puede ver los beneficios de este

cambio, aún quienes no poseen tierras, todos contamos ahora con mejores condiciones de trabajo”. Así, la producción a pequeña escala es vista por la mayoría como una forma de liberación de la mano de obra estacional migratoria en las fincas. Para los productores, esto es también percibido como una inversión en el futuro por vía de la educación o tierra y los recursos productivos.

Concentrarse en los deseos de los agricultores permite tener en cuenta sus capacidades para aspirar, planear y decidir dentro de los confines de las posibilidades que les son presentadas por las estructuras del mercado, las normas sociales y las realidades materiales. Algunas tareas son estacionales, determinadas por las cosechas. Se presenta un rezo de 4-5 años entre la siembra y la primera cosecha, determinado por la biología de las plantas. Los precios y la calidad son determinados por el mercado. Por ello, cómo involucrarse en estos riesgos, que se obtienen de las deudas, quien desea trabajar, como deben ser remunerados y qué significado tiene esto para la comunidad, son todos factores determinados por los deseos.

El cultivo de café es un trabajo muy duro y los agricultores viven en circunstancias muy modestas, con limitados recursos y oportunidades. Están bastante conscientes de los peligros de su dependencia en los caprichosos mercados globales y si bien los precios internacionales han estado al alza en forma permanente durante la última década, esto sucede después de los mínimos históricos de 2001. Aún así, tal y como ellos lo presentan, el café representa una oportunidad dentro de un contexto de pocas oportunidades; un im-

perfecto pero valioso medio de realizar sus deseos por una vida mejor; uno que está atado a sus esperanzas, sueños y deseos, que van más allá de un mero ingreso.

Estos productores ven el café como un mecanismo, como una herramienta, una tecnología, una forma para movilizar recursos disponibles hacia metas deseadas. Estas metas no se extienden generalmente hasta alcanzar los tipos de cambio estructural necesarios para el desarrollo sostenible y humano de Guatemala en el largo plazo. Por el contrario, el mercado cafetero es un medio para alcanzar *algo más* (algo mejor) dado el contexto actual de limitadas oportunidades y recursos materiales. Los deseos expresados por los agricultores participantes en nuestra muestra reflejan el mismo tipo de aspiraciones documentadas por Lyon (2011), entre los productores de café de la región de San Juan-La Laguna y por Fischer y Benson (2006) entre los agricultores mayas que cultivan brócoli y otros vegetales de exportación en los alrededores de Tecpán: educar a sus hijos, invertir en tierras o en un vehículo, agrandar la casa. Estos deseos proporcionan información y motivan las formas en que los nuevos productores se involucran en el mercado cafetero en busca de sus propios fines, un instrumento de moralización del mercado, a la vez similar pero distante, de los valores adscritos por los consumidores del norte a su café gourmet, provincial y de comercio justo.

RECONOCIMIENTOS

Esta investigación contó con el apoyo del Instituto Vanderbilt para Estudios Cafeteros (ICS) y Anacafé. Anacafé proporcionó asistencia

en labores de campo y acceso a su base de datos de productores, en donde los investigadores en forma independiente seleccionaron la muestra del estudio. Las preguntas de la investigación fueron desarrolladas por los autores con el apoyo de Carlos Pérez Brito (entonces en el Banco Mundial) y un equipo de estudiantes de post-grado que incluye a Tatiana Paz, Luis Velásquez, Ixchel Espantay, Pakal B'alam y Felipe Girón. Peter Martin

del ICS proporcionó guías importantes. Bill Hempstead contribuyó con una invaluable introducción al mercado contemporáneo de café. Blanca Castro resolvió todas nuestras dificultades logísticas. Los comentarios y sugerencias de Michiel Baud, Sarah Lyon, George Lovell, Daniel Reichmann, Mareike Sattler y de tres LARR revisores anónimos contribuyeron enormemente a la revisión del presente manuscrito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alkire, S. (2002). *Valuing Freedom: Sen's Capability Approach and Poverty Reduction*. Oxford, United Kingdom: Oxford University Press.
- Alkire, S. & Foster, J. (2009). Counting and Multidimensional Poverty. *Journal of Public Economics*. (95), 476-478.
- Altieri, M., & Nicholls, C. (2008). Scaling up Agroecological Approaches for Food Sovereignty in Latin America. *Development* 51(4), 472-480.
- Appadurai, A. (2004). The Capacity to Aspire: Culture and the Terms of Recognition. Vijayendra Rao and Michael Walton, Eds., *Culture and Public Actions*, 59-84. Stanford, EE.UU: Stanford University Press.
- Bacon, C., Méndez, E., & Gliessman, S. editores. (2008). *Confronting the Coffee Crisis*. Boston, EE.UU: MIT Press.
- Berry, A. (2001). When do Agricultural Exports Help the Rural Poor? A Political Economy Approach. *Oxford Development Studies* 29(2): 125-144.
- Cambranes, J. (1985). *Coffee and Peasants in Guatemala: The Origins of the Modern Plantation Economy in Guatemala, 1853-1897*. Stockholm, Sweden: Stockholm University Institute of Latin American Studies.
- Conroy, M., Murray, D. & Rosset, P. (1996). *A Cautionary Tale: Failed US Development Policy in Central America*. Boulder, EE.UU: Lynne Rienner.
- DeHart, M. (2010). *Ethnic Entrepreneurs: Identity and Development Politics in Latin America*. Stanford, EE.UU: Stanford University Press.
- Eakin, H., Tucker, C., & Castellanos, E. (2006). Responding to the coffee crisis: A pilot study of farmers' adaptations in Mexico, Guatemala, and Honduras. *Geographical Journal* (172), 156-71.
- Edelman, M. (1999). *Peasants against Globalization: Rural Social Movements in Costa Rica*. Stanford, EE.UU: Stanford University Press.
- Ensminger, J. (1996). *Making a Market: The Institutional Transformation of an African Society*. Cambridge, United Kingdom: Cambridge University Press.
- Escobar, A. (1994). *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*. Princeton, UU.EE: Princeton University Press.
- Figueroa, C. (1980). *El Proletariado Rural en el Agro Guatemalteco*. Guatemala: Editorial Universitaria.
- Fischer, E. (2001). *Cultural Logics and Global Economies: Maya Identity in Thought and Practice*. Austin, EE.UU: University of Texas Press.

-
- Fischer, E. & Benson, P. (2006). *Broccoli and Desire: Global Connections and Maya Struggles in Post-war Guatemala*. Stanford, EE.UU: Stanford University Press.
- Foster, J. (2010). *Freedom, Opportunity, and Wellbeing*. OPHI Working Paper (35). Oxford, UU.EE: Oxford Poverty and Human Development Initiative.
- Goldín, L. (2009). *Global Maya: Work and Ideology in Rural Guatemala*. Tucson, UU.EE: University of Arizona Press.
- Gudmundson, L. & Lindo-Fuentes, H. (1995). *Central America, 1821-1871: Liberalism before Liberal Reform*. Tuscaloosa, Alabama, EE.UU: The University of Alabama Press.
- Jaffee, D. (2007). *Brewing Justice: Fair Trade Coffee, Sustainability, and Survival*. Berkeley, EE.UU: University of California Press.
- Jaggar, A. (2006). Reasoning About Well-Being: Nussbaum's Methods of Justifying the Capabilities, *The Journal of Political Philosophy* 14(3): 301-322.
- Kearney, M. (1996). *Reconceptualizing the Peasantry: Anthropology in Global Perspective*. Boulder, EE.UU: Westview Press.
- Kleinman, A. (2006). *What Really Matters: Living a Moral Life Amidst Uncertainty and Danger*. Oxford, EE.UU: Oxford University Press.
- Li, T. (2007). *The Will to Improve: Governmentality, Development, and the Practice of Politics*. Durham, United Kingdom: Duke University Press.
- Luttinger, N. & Dicum, G. (2006). *The Coffee Book: Anatomy of an Industry from Crop to the Last Cup*. New York, EE.UU: The New Press.
- Lyon, S. (2011). *Coffee and Community: Maya Farmers and Fair Trade Markets*. Boulder, UU.EE: University of Colorado Press.
- Martínez, S. (2009). *La Patria del Criollo: An Interpretation of Colonial Guatemala*. Translated by Susan M. Neve and W. George Lovell. Foreword and edited by W. George Lovell and Christopher H. Lutz. Durham, United Kingdom: Duke University Press.
- Martinez-Torres, M. (2006). *Organic Coffee: Sustainable Development by Mayan Farmers*. Athens, Greece: Ohio University Press.
- McCreery, D. (1994). *Rural Guatemala: 1760-1940*. Stanford, EE.UU: Stanford University Press.
- Murray, D., Raynolds, L. & Taylor, P. (2006). The Future of Fair Trade Coffee: Dilemmas Facing Latin America's Small-Scale Producers. *Development in Practice* 16(2): 179-192.
- Netting, R. (1993). *Smallholders, Householders: Farm Families and the Ecology of Intensive, Sustainable Agriculture*. Stanford, EE.UU: Stanford University Press.
- Nussbaum, M. (2011). *Creating Capabilities: The Human Development Approach*. Cambridge, EE.UU: Belknap Press.
- Paige, J. (1997). *Coffee and Power: Revolution and the Rise of Democracy in Central America*. Cambridge, EE.UU: Harvard University Press.
- Pendergrast, M. (2010). *Uncommon Grounds: The History of Coffee and How it Transformed the World*. New York, EE.UU: Basic Books.
- Ponte, S. (2002). The Latte Revolution? Regulation, Markets and Consumption in the Global Coffee Chain." *World Development* 30(7):1099-1122.
- Reichman, D. (2008). Coffee as a Global Metaphor. *Vanderbilt Center for Latin American Studies Occasional Paper No. 9*.
- Reichman, D. (2011). *The Broken Village: Coffee, Migration, and Globalization in Honduras*. Ithaca, EE.UU: Cornell University Press.
-

-
- Renard, M. (1999). *Los Intersticios de la Globalización: Un Label (Max Havelaar) para los Pequeños Productores de Café*. Ciudad de México, Mexico: CEMCA.
- Rice, R. (1999). A Place Unbecoming: The Coffee Farm of Northern Latin America. *Geographical Review* 89(4): 554-579.
- Rice, R. (2003). Coffee Production in a Time of Crisis: Social and Environmental Connections. *SAIS Review* XXIII (1): 221-245
- Roseberry, W. (1996). The Rise of Yuppie Coffees and the Reimagination of Class in the United States. *American Anthropologist* 98(4): 762-775.
- Roseberry, W. Gudmundson, L. & Samper, M., (1995). *Coffee, Society, and Power in Latin America*. Baltimore, EE.UU: Johns Hopkins University Press.
- Sen, A. (1985). Well-being, Agency, and Freedom. *Journal of Philosophy* 82(4): 169-221.
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Cambridge, EE.UU: Belknap Press.
- Sen, A. (2002). *Rationality and Freedom*. Cambridge, EE.UU: Belknap Press.
- Sick, D. (1999). *Farmers of the Golden Bean: Costa Rican Households and the Global Coffee Economy*. DeKalb, EE.UU: Northern Illinois University Press.
- Sick, D. (2008). Coffee, Farming Families, and Fair Trade in Costa Rica: New Markets, Same Old Problems? *Latin American Research Review* 43(3): 193-208.
- Smith, J. (2009). Shifting coffee markets and producer responses in Costa Rica and Panama. *Economic Development, Integration, and Morality in Asia and the Americas. Research in Economic Anthropology*. (29) Ed. Donald C. Wood. 201-224.
- Tucker, C. (2008). *Changing Forests: Collective Action, Common Property and Coffee in Honduras*. New York, EE.UU: Springer Academic Press.
- Tucker, C. (2010). *Coffee Culture: Local Experiences, Global Linkages. Anthropology of Stuff Series*. New York, EE.UU: Routledge Press.
- Wagner, R. (1991). *Los alemanes en Guatemala 1828-1944*. Guatemala: Universidad Francisco Marroquín.
- Wagner, R. (2003). *Historia del Café en Guatemala*. Guatemala: Villegas Asociados.
- Weissman, M. (2008). *God in a Cup: The Obsessive Quest for the Perfect Coffee*. New York, EE.UU: Wiley.
- Wild, A. (2004). *Coffee: A Dark History*. New York, EE.UU: W.W. Norton.
- Williams, B. (1987). The Standard of Living: Interests and Capabilities, *The Standard of Living*, ed., Geoffrey Hawthorn. 94-102.
- Williams, R. (1994). *States and Social Evolution: Coffee and the Rise of National Governments in Central America*. Chapel Hill, EE.UU: University of North Carolina Press.
- Woodward, R. (1990). Changes in the Nineteenth-century State and its Indian policies. *Guatemalan Indians and the State: 1540-1988*. Ed. Carol A. Smith, 52-71.