

MEMORIA

SEMINARIO-TALLER PARA LA CREACIÓN DE UNA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE PITA Y UNA MARCA COLECTIVA PARA LA FIBRA



ARROYO BLANCO S.J. LALANA

25 AL 27 DE ENERO DEL 2002



CONABIO

PROYECTO
RECURSOS BIOLÓGICOS COLECTIVOS
CON FUNDACIÓN FORD





I. ANTECEDENTE DEL TALLER/SEMINARIO

Desde la mitad de la década de los 90, el aprovechamiento comercial de la pita (*Aechmea magdalenae*, Bromeliaceae), una especie forestal no maderable (EFNM) de las selvas altas y medianas, conservadas, o en estado de recuperación, ha estado interesando a productores, mayoritariamente indígenas, de tres estados del sureste de México: Oaxaca, Veracruz y Chiapas.

La pita es una planta silvestre de las selvas americanas que los indígenas conocían y utilizaban por la fibra larga, sedosa y muy resistente que se extrae de sus hojas espinosas. La usaban para la fabricación de artes de pesca y cacería así como para la fabricación de objetos ceremoniales.

Actualmente, unos 2000 campesinos indígenas y mestizos ubicados en el corredor tropical húmedo que une la Chinantla a los Chimalapas en Oaxaca, en la Sierra de Santa Marta y en el Uxpanapa en Veracruz y en la Selva Lacandona de Chiapas están produciendo fibra de pita para abastecer la industria artesanal del piteado en el Centro y Norte del país. Son talleres de talabartería de diferentes tamaños y capacidades productivas que elaboran a partir de la pita blanqueada y peinada artículos de cuero, como cintos, sillas de montar o estuches bordados. Estos productos son comercializados en México y Estados Unidos y tienen desde 1990 una demanda creciente.

Para abastecer la demanda de fibra, cuando la artesanía piteada empezó a popularizarse a principio de los años 90, los campesinos que contaban con poblaciones silvestres de pita trataron de recuperar las formas tradicionales de manejo e intensificar la producción. En algunas regiones antes de empezar la propagación, se dio el saqueo de manchones silvestres.



La región Chinantla de Oaxaca ha sido sin duda un pilar importante en la difusión del conocimiento para el manejo de la pita, así como un ejemplo en materia de generación de ingresos familiares y de conservación y recuperación del potencial forestal comunitario.

Organizaciones de productores, organismos civiles, instancias gubernamentales y direcciones de áreas naturales protegidas han tenido desde 1998 una serie de encuentros que han permitido que los campesinos aprendan de los campesinos y que se compartan las esperanzas y temores en torno al aprovechamiento comercial de esta especie, como una estrategia de manejo comunitario de recursos naturales.

Recientemente, el proyecto especial de la CONABIO: Recursos Biológicos Colectivos, con aporte financiero de la Fundación Ford, se interesó por la iniciativa que llevan varias organizaciones campesinas y civiles entorno a la consolidación de los procesos productivos, industriales y comerciales de la pita. Se espera que esta iniciativa, además de documentar la situación actual del manejo campesino de la pita, apoya a una serie de investigaciones y procesos formativos que apuntan hacia el fortalecimiento de la producción y del mercado.



II. LOS OBJETIVOS DEL TALLER

Desde un primer encuentro en abril del 2001, La Unión de los Pueblos Indígenas de la Sierra Lalana (UPIS-L), el Consejo de productores de Pita de Jocotepec, diferentes comunidades de la Chinantla, de la Sierra Santa Marta y de la Selva Lacandona se han reunido con el apoyo de Organismos Civiles como Methodus, Proyecto Sierra Santa Marta, de investigadoras de la ECOSUR y de la delegación Oaxaca de la SEMARNAT para empezar a discutir sobre la posibilidad de establecer una alianza que fortalezca la capacidad productiva, comercial e institucional de las comunidades y empresas campesinas.



El taller sobre comercialización de PFNM organizado por Methodus en julio 2001 en Tuxtepec (Oax) y el encuentro de productores en el municipio de Jocotepec (Oax), permitió tener un primer acercamiento sobre lo que son las marcas colectivas y las asociaciones que las regulan.

El taller de enero 2002, convocado por Methodus, la UPIS y el proyecto de Recursos Biológicos Colectivos CONABIO FORD tenía por objetivos:

1. Avanzar en el desarrollo de la reglamentación para el manejo de una marca colectiva de pita y de los estatutos de la asociación de productores.
2. Desarrollar procedimientos para el levantamiento de un registro de

productores, parcelas y manchones silvestres de pita.

3. Establecer una agenda de trabajo en torno a: i) investigación sobre manejo, beneficio y comercialización, ii) formación de cuadros campesinos, iii) orientación de políticas públicas relacionadas con la regulación ambiental y el fomento.

La dinámica del taller permitió lograr objetivos no propuestos originalmente como fue el de compartir conocimiento sobre a las formas de beneficiados de la fibra y conocer los avances de cada región en torno al manejo, beneficiado y comercialización de la pita. El taller puso también en evidencia la necesidad de promover un proceso de organización de los productores del sureste que contempla varias etapas, de modo que a las comunidades con menos experiencia puedan tener tiempo y medios para fortalecerse.

III. LOS PARTICIPANTES

Productores

En este taller participaron 22 productores y representantes de organización de la región Chinantla (Oax), un productor del Mixe Bajo (Oax), un representante de productores de la Mazateca (Oax) y 7 representantes sociales de comunidades de la región de Pico de Oro y de la Selva Lacandona.

Organizaciones campesinas

Como organizaciones campesinas de segundo nivel estuvieron representadas la UPIS-L, la Unión de Comunidades de Indígenas de la Zona Norte de Oaxaca (UCIZONI) y el Consejo Regional de Recursos Naturales de la Chinantla.

Organismos civiles

Participaron representantes de Methodus, el organismo encargado de la coordinación del evento y un representante de la Fundación Comunitaria Oaxaca, A.C.



Instituciones del Gobierno

Estuvieron representantes de la delegación de la SEMARNAT de Oaxaca, de la Dirección de Capacitación del INI, de la dirección del Proyecto de Ecosistemas Integrados en la Chinantla (GEF/PNUD/SEMARNAT), de la dirección de la Reserva de Montes Azules y Jorge Larson de la CONABIO, también corresponsable de la coordinación del evento.

Los ausentes

Compañeros del Proyecto Sierra Santa Marta, de PRONATURA, Gabriela Buda y Margarita Ocampo del Colegio de la Frontera Sur, así como productores de Venusiano Carranza Ver. y de Frontera Corozal Chis. que habían confirmado su participación, pero se disculparon por no poder asistir. Reiteraron su interés en seguir participando y en respetar los acuerdos que aquí se tomaran.

IV. DESARROLLO DEL TALLER

Primer día

Se instalaron a los participantes en la comunidad, el equipo organizador de Methodus dio a conocer los objetivos y la mecánica del taller y se realizó un ejercicio de intercambio de experiencias y ubicación



de las áreas de las comunidades donde se produce pita. A final del día, Fabrice Edouard de Methodus introdujo la discusión sobre los diferentes elementos a considerar para establecer el reglamento de una marca colectiva a través de una proyección de diapositivas.

Segundo día

Se realizó un recorrido de campo en tres parcelas de producción de pita para comparar diferentes formas de manejo y probar una primera propuesta de instrumentos para el registro de parcelas. En la tarde se realizó un ejercicio para ubicar en un mapa a 1/50,000 las parcelas de pita y una discusión sobre los elementos y sistema de organización a considerar para realizar el registro de las parcelas de los productores interesados en asociarse.

Tercer día

En el tercer día, Jorge Larson de la CONABIO presentó los aspectos normativos y organizativos a considerar para desarrollar la marca colectiva y la asociación que la regula. Se avanzó en la discusión sobre los diferentes aspectos que deben considerar el reglamento, en los capítulos de Manejo de la Producción, beneficiado de la fibra y Normas para el reconocimiento comunitario y federal del aprovechamiento de la pita. Se realizó también una demostración de peinado, trenzado e hilado de la fibra de pita como uno de los medios para calificar la calidad de la



fibra.

Las comidas

Durante el taller, se promovió la preparación de comidas con alimentos de la región y de las mismas comunidades chinantecas participantes. Así es como pudimos degustar los hongos setas y los tepejilotes producidos por la Comunidad de San Rafael Agua Pescadito (Valle Nacional) y el chícharo gandul cultivado bajo sistema agroforestal por los productores de la UPIS-L. Todo fue acompañado con tostadas de maíz criollo.



V. LA SITUACION DE LOS PRODUCTORES EN EL SURESTE

El taller inició con un espacio de intercambio de experiencias entre los diferentes participantes en torno a los procesos de producción beneficiado y comercialización de la pita en Oaxaca y Chiapas. Se presenta a continuación un resumen de las intervenciones de los participantes.



Rodrigo Ocampo, secretario del Consejo de Administración de la UPIS-L presentó los avances de la organización en materia de producción, beneficiado y comercialización de la pita. Mencionó que los productores indígenas chinantecos del municipio de San Juan Lalana han trabajado la pita desde tiempo antiguo y que después de haber perdido la mayor parte del recurso silvestre han vuelto a introducirla en las partes boscosas. Desde 1999, la UPIS cuenta con su permiso de UMA donde están registrados 312 productores con una superficie de 185 has de pita cultivada bajo sombra natural de bosque maduro y acahual.

Desde el año 2001, la UPIS domina el procesamiento de la fibra, a través de la participación de especialistas locales que lavan, blanquean y peina la fibra. Comercializan diferentes calidades de producto (de 50 a 80 kg/mes), incluso hilo torcido, en forma directa con artesanos de Colotlan, México DF y Oaxaca. Para ello han recibido créditos de FONAES. Desde hace algunos años, los cultivos de pita empezaron a presentar enfermedades que se propagan rápidamente dentro y fuera de las

plantaciones. La organización Methodus ha estado asesorando a la UPIS en este proyecto desde 1998.

Ezequiel Andrés, presidente de la organización SPR Chinantecos Progresistas de San Rafael Agua Pescadito (Valle Nacional, Oax) recordó que en los años 50 utilizaba todavía la pita para hacer trampa de pájaros y mecapales. En los años 90, cuando oyeron que había mercado para la fibra de pita intensificaron la producción y trajeron hijuelos de pita de la montaña para establecer cultivos más cerca de sus casas y de sus cultivos de café. Los habitantes del ejido de Agua Pescadito empezaron a tener mucha producción, en la mayor parte del año se obtenía más de 80 kg por mes. Entonces más de 100 productores decidieron asociarse para poder recibir apoyos de las instituciones y comercializar su producto. En 1998 empezaron a pegar las enfermedades, de las que en menos de 15 días deja una plantación como si le hubiera caído “agua hervida”. Hoy, casi no se cosecha pita y la mayor parte de las plantaciones están afectadas.

Aureliano Cruz, productor de Cerro de Pita (Valle Nacional), mencionó que a pesar de su nombre el ejido no contaba con población silvestre de pita cuando se formó hace unos 50 años. En esta población las familias se dedican principalmente al cultivo del maíz y del café. En 1997, 60 productores recibieron un financiamiento del Programa PRODERS de la SEMANAP y establecieron cultivos con hijuelos que compraron en la región. Ahora las hojas de la pita tienen más de 1,70m, pero no se han aprovechado hasta el momento. Hace dos años apareció también la enfermedad, pero nos dimos cuenta que la pita se desarrollaba mejor en los suelos rojos que en los de color negro.

Juan Hernández Lara, presidente de la S.S.S Ixtle del Marqués, (Marqués de Comillas, Chis) mencionó que los productores se enteraron a partir de 1995 que la pita tenía mercado, ellos desconocían esta planta debido a que la mayor parte de los habitantes de la comunidad no son nativos de



la región. Son productores de la región de la Chinantla y en particular del municipio de Jocotepec que les fueron a enseñar la planta y la manera de trabajar la fibra. En 1996 ellos fueron a la Chinantla y visitaron varias plantaciones para ver como los productores manejaban la pita en sus bosques, constataron que existía enfermedad en algunas de ellas. De regreso empezaron a raspar hojas de la pita silvestre y se fueron a Guadalajara para venderla. Allí los talabarteros les dijeron que esta pita no era beneficiada y que no se compraba este tipo de material aquí, debía ser blanqueada y peinada.. Con recursos de FONAES y de la SEMARNAP, los 19 miembros de la sociedad establecieron cultivos en la orilla de los arroyos, en la vega de los ríos y en tierra con mucha hojarasca, donde se veía la pita silvestre.. Una parte se les quemó con los incendios de 1998 y ahora tienen en promedio 1 ¼ de has por productor y existe la presencia de enfermedades.

Arturo Paneagua, indígena de la comunidad Lacandón en Lacanja Chansayab (Ocosingo, Chisp), población ubicada dentro de la Reserva de la Biosfera de Montes Azules dijo que ellos sabían que antes se usaba la fibra para fabricar arte de pesca y amarrar puntas de flechas, pero que es “un gringo” que vino a reactivar el aprovechamiento. En 1997 trajo una máquina desfibadora y empezó a comprar hojas de la Selva. Luego, la Reserva prohibió el aprovechamiento y algunos Lacandones empezaron a establecer cultivos bajo selva con apoyo de la SEMARNAP. Hoy, entre diferentes localidades de la Lacandona, hay 52 has de cultivo, establecidos con diferentes densidades: 2,5m * 1,5m y a 3m*3m. Han realizado estudio sobre poblaciones silvestres con las investigadoras Margarita Ocampo y Gabriela Buda.

Victoria Chambor de la comunidad de San Javier (Ocosingo, Chisp) es parte de un grupo de 12 familias que sembraron cada uno 1 ha de pita en 1999. Desde que iniciaron los cultivos, las plantas están enfermas y crecen lentamente. Productores de la comunidad han estado aprovechando fibra de plantas



silvestres en los bosques de la Reserva de Montes Azules y de Bethel en Guatemala.

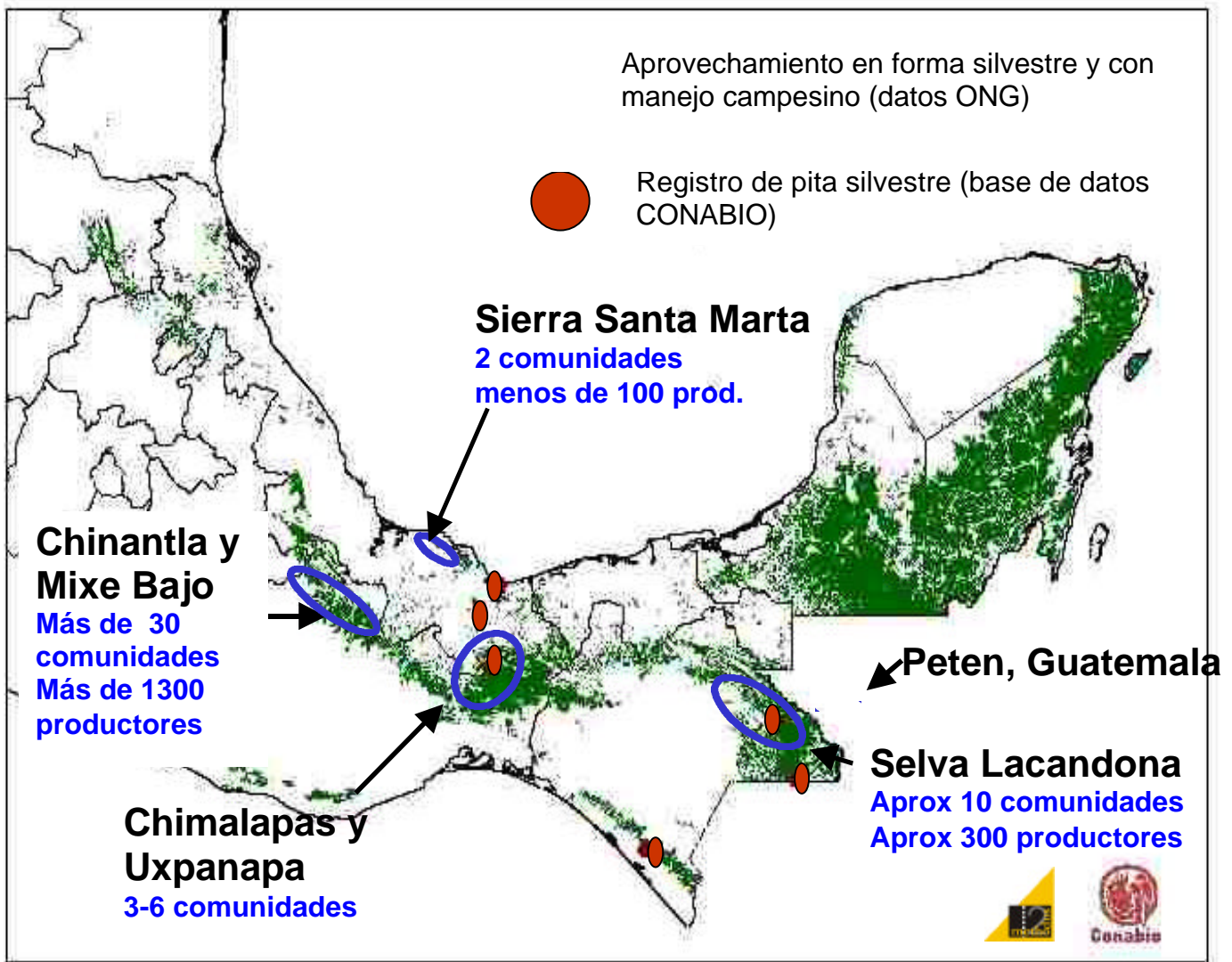
Graciél Andrés miembro del equipo técnico de la organización UCIZONI mencionó que el establecimiento de la pita en las comunidades ubicadas en la región mixe y de los chimalapas es más reciente. Son 7 comunidades de los municipios de San Juan Mazatlan, San Juan Guichicovi y Santa María Chimalapas que iniciaron este cultivo a final de los años 90. Establecieron aproximadamente 50 has a partir de hijuelos que colectaron en manchones silvestres que se encontraban en sus bosques. Los productores no tienen experiencias en la comercialización de la fibra y la enfermedad constituye también un problema.

Felipe Lavida de Cerro Tepezcuintle (Soyaltepec, Oax) en la región baja de la Mazateca, (frontera noreste con la Chinantla) y Pte del Consejo Regional de Recursos Naturales mencionó que los habitantes de su comunidad se dedican más al aprovechamiento comercial de la palma camedor. En 1997, 66 productores de su ejido establecieron 16 has de pita bajo acahuals y hasta el momento no han visto ninguna enfermedad. Solo uno de los miembros empezó a cortar hojas en su parcela y obtuvo 50 kg de fibra.

Al final de este intercambio, se presentó el mapa de ubicación de las comunidades productoras de pita



DISTRIBUCIÓN Y APROVECHAMIENTO DE LA PITA EN MEXICO





V. MARCA COLECTIVA DE PITA: ¿UNA ESTRATEGIA VIABLE PARA LA COMERCIALIZACION DE LA FIBRA?

1. Las perspectivas actuales del mercado de la fibra de pita.

Fabrice Edouard de Methodus presentó algunos elementos relevantes sobre el mercado de la fibra de pita a través de una proyección de diapositivas.

El mercado de la pita está actualmente dependiente de la fabricación y del consumo de artículos de cueros bordados con pita. Los productos fabricados por los artesanos talabarteros que se encuentran principalmente en los estados de Jalisco Zacatecas, Veracruz y México buscan diferentes tipos de clientes. Elaboran productos “comerciales” para un público amplio que aprecia el estilo de vestir vaquero, artículos finos para personas conocedoras y piezas suntuosas para personas con ingresos altos.



Desde hace algunos años esta artesanía empezó a competir con otros artículos de cuero más económicos, como los cintos bordados con hilo de algodón y nylon, y también con artesanía fina fabricada con piel de avestruz o bordados con hilo de plata. El mercado de la artesanía piteada se expandió rápidamente en los años 90, pero hoy se encuentra más estable. No parece existir riesgo de desaparición de esta artesanía por lo anclado que está el cinturón piteado para el estilo de vestir de los mexicanos del norte del país y los que están establecidos en

Estados Unidos. Por el momento la demanda de los artesanos sigue siendo más elevada de lo que pueden ofrecer todas las organizaciones presentes en esta reunión y de otras más. Algunos de los artesanos de Colotlan, Jal. mencionan sin embargo que en la actualidad están consumiendo la mitad de la cantidad de fibra que utilizaban en 1995, cuando fue “el boom” de la música grupera.



Para hacer frente a la competencia y promover el arte original del piteado, unos 60 artesanos de Colotlán y de otros 9 municipios vecinos de la zona norte de Jalisco decidieron formar el *Consejo Regulador de la Artesanía Piteada*. Esta Asociación civil registrada tiene como parte de su objeto social establecer una marca colectiva para los artículos piteados que cumplen con ciertos criterios de calidad, uno de ellos siendo la obligación de utilizar la fibra de pita.

En diciembre de 2001, Fabrice de Methodus y Jovito de la UPIS-L se reunieron en Colotlan con los dirigentes del Consejo, ellos mostraron mucho interés en la iniciativa de los productores de pita del sureste. Mencionaron que están actualmente trabajando para establecer su reglamento y que su intención es de obtener un financiamiento, del gobierno del estado de Jalisco para poder establecer un centro de acopio y distribución de insumos y poder ofrecer a sus agremiados cuero, vaqueta y pita de calidad. Los responsables de Methodus y UPIS preguntaron si veían factible que los artesanos miembros de



Consejo colocaran una etiqueta u otra señal a los productos piteados con la finalidad de garantizar que la pita utilizada proviene de un buen manejo de la selva y que es producida y comercializada por campesinos del Sureste. Respondieron que no habían pensando en esta posibilidad, ya que ellos también colocarán su marca en los artículos fabricados por los miembros de la asociación pero que era bueno empezar a discutir.

A pesar de la instancia, no ha sido posible tener información precisa de los representantes del Consejo a cerca de los volúmenes de pita que demandan los artesanos de la región, solo mencionaron que se cree que el consumo mensual de Colotlan está alrededor de 1 ton al mes

2. Los aspectos de las marcas colectivas

Jorge Larson hizo una presentación del marco legal y organizativo a considerar para establecer una marca colectiva. En primer lugar mencionó que la ley permite que el nombre de una sociedad debidamente registrada pueda ser utilizada como marca y que la Marca Colectiva no impide que cada organización tenga también la suya. Por ejemplo, si lo desean los productores de Pico de Oro pueden utilizar el nombre de su sociedad: “Ixtle del Marqués” como marca comercial para la fibra que producen.

La propuesta de Methodus es que la Marca Colectiva podría llamarse “Pita de la Selva” sería propiedad de todos los productores de pita que cumplan con ciertos criterios establecidos por un reglamento y que desean ser miembros de una Asociación que lo regule. La ley en materia comercial dice que: “Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidos podrán solicitar el registro de marca colectiva...” Las reglas del uso de la Marca Colectiva que registra la Asociación se anexan a los estatutos de la Sociedad. La asociación es voluntaria, pero el reglamento debe plantear medidas de exclusión si un socio no respeta sus principios.

Las reglas que establecen las asociaciones dueñas de una marca colectiva son diversas, en Europa existen muchas experiencias: queso, espárrago, uva, vino etc.... En general tratan de reglamentar el origen de la materia prima (como el hijuelo en el caso de la pita), los procesos de producción y transformación, la calidad del producto y la comercialización.

En el caso de la pita, la Marca Colectiva deberá garantizar a los clientes, directos como son los artesanos, o indirectos como los que compran los cintos piteados, que la fibra que lleva esta marca cumpla siempre con los criterios de calidad que se espera de la fibra como: resistencia, durabilidad y blancura. Además, a través de la Marca se puede dar a conocer a los clientes otras características del producto que quizás ignoraban, por ejemplo la relación que tiene la pita con el buen manejo de las selvas del sureste y con la economía de las comunidades que la producen. Son estrategias importantes que deben ser consideradas si se quiere ir abriendo nuevos mercados para la fibra, en el ámbito nacional e internacional.

Esto nos lleva a pesar que para la pita hay que pensar en establecer reglas alrededor de tres principales preguntas:

1. ¿Cuáles son los criterios de calidades mínimas que la marca colectiva deberá garantizar a los clientes y cómo evaluarlos para poder estar todos de acuerdo?
2. ¿Cómo garantizar que los productores miembros de la asociación manejen la pita y el bosque en forma benéfica para el medio ambiente?
3. ¿En qué forma la marca colectiva puede ayudar a dar a conocer el origen del producto, sus particularidades (lo largo, el peinado...etc) y sus productores?

Finalmente es importante recordar que para poder utilizar una marca colectiva es necesario que los productores puedan cumplir con la normatividad ambiental y para el caso



de la pita con la Ley de Vida Silvestre que obliga a la formación de las UMA para el aprovechamiento de todas las EFNM.

3. Avance en la discusión para la elaboración del reglamento de la Marca Colectiva

La discusión en plenaria se dio entorno a los diferentes puntos que deberán ser considerados para la elaboración de un reglamento para la marca colectiva, como primer avance en la identificación de la problemática y de los temas que deberán ser discutidos en cada región.



De la certificación sobre la tenencia de la tierra para los productores de pita

La discusión puso en evidencia las diferencias que existen actualmente en las formas de tenencia de la tierra de los productores de Chiapas, Veracruz y Oaxaca, a pesar de que las parcelas con pita se encuentran en su gran mayoría en territorios comunales o ejidales. Por ejemplo: en la región de la Sierra de Lalana, no existen más áreas de uso colectivo, todos los terrenos están parcelados, aunque de manera informal, sin embargo la comunidad no cuenta con sus expedientes agrarios completos. Otras comunidades de Chiapas y Oaxaca con expedientes agrarios más completos no cuentan con un reglamento interno que regule el aprovechamiento de las áreas de uso colectivo donde los productores tienen establecidos sus parcelas o aprovechan los manchones silvestres. Para estos casos deberemos estudiar la posibilidad de que la comunidad, a través de su asamblea o de sus

órganos de gobierno sea quien pueda certificar o ratificar la tenencia de las parcelas establecidas con pita.

De las regiones de producción

La discusión se centró sobre la necesidad de determinar cuales serán las áreas de producción susceptibles de formar parte del ámbito territorial de la marca colectiva. Hasta el momento se produce la pita en las zonas de distribución de las poblaciones silvestres, pero ya se sabe que en el estado de Jalisco, campesinos han empezando a sembrar la pita, a partir de hijuelos comprados en la región de la Chinantla. ¿Podrán estos productores formar parte de la Asociación? ¿Deberán productores de Chiapas, Oaxaca o Veracruz seguir vendiendo plantas a productores de regiones donde la pita no es nativa?

Del tipo de sombreado para la producción de la pita

Con la finalidad de garantizar que el cultivo o manejo de la pita represente una alternativa real para la conservación de las selvas del sureste, es necesario fijar reglas mínimas relacionadas con la conservación de una diversidad de especies vegetales nativas, árboles, arbustos y otras plantas. Por el momento casi todas la pita cultivada en los tres estados se encuentra bajo sombra natural de bosques y acahuales con una diversidad de especies superior a los estándares establecidos por los organismos que certifican las plantaciones de *café amigable* con los pájaros (que permiten a diferentes especies de pájaros anidar en estas parcelas). ¿Pero si mañana los productores empiezan a establecer cultivos de pita en plantaciones de hule, plátanos o de otras especies, podrán usar la Marca?

De las formas de propagación

En la actualidad, la gran mayoría de los productores propagan la pita a través de hijuelos, lo que constituye la forma más rápida y fácil de establecer plantaciones. Es importante recordar que el hijuelo posee exactamente las mismas características que la planta madre de donde nació (son clones). De esta forma estamos estableciendo



plantaciones con los mismos individuos, que pueden tener la misma debilidad frente a ataques de plagas o enfermedades. Quizás por esta razón las manchas que afectan actualmente las plantas se desarrollan tan rápidamente en las parcelas. Por lo mismo, es necesario ir pensando en prácticas de manejo que permiten conservar una diversidad de plantas en una misma parcela o comunidad, esto se podría hacer a través de la obtención de flores y semillas o a través del intercambio de plantas entre localidades. Asimismo, en el estado de Jalisco, un centro de investigación, el CIATEJ está reproduciendo plantas en laboratorio a través de “cultivo de tejido”, técnica que permite reproducir miles de plantas a través de un pedazo de un solo individuo. ¿Qué pensar de esta técnica de propagación sofisticada? Podría ser útil para desarrollar variedades resistentes a enfermedades, pero podría también generar el efecto inverso que se busca al promover la siembra de los mismos individuos o al facilitar la adquisición de material vegetativo por productores que no se encuentran en el área natural de la pita.

De las formas de beneficiado

Uno de los problemas más delicados que enfrentan los productores cuando quieren comercializar su producto consiste en la obtención de una fibra de calidad que cumpla con las especificaciones que buscan los clientes. Si todos vamos a comercializar la pita con una misma marca o con un mismo sello, es importante fijar una serie de reglas que garanticen que el producto que se introduce en el mercado cuente con estándares de calidad superiores a los criterios mínimos que exigen los artesanos. Básicamente hay que ponerse de acuerdo sobre el color, el tamaño, el tipo de peinado y la resistencia. Para ello debemos encontrar técnicas al alcance de las organizaciones de productores que nos permitan ponernos de acuerdo sobre las formas de evaluar estas características y establecer por lo menos tres categorías de producto: Extra, primera y segunda.

Asimismo, es importante que los que están o estarán a cargo del lavado y blanqueo vayan pensando en utilizar técnicas que son las menos contaminantes posibles, es decir que no impliquen una descarga importante de productos jabonosos en los arroyos. Por ejemplo, se tendría que prohibir el uso del cloro que además de ser un contaminante fuerte puede llegar a debilitar la fibra.

De la presentación del producto en el mercado.

Se comentó anteriormente la necesidad de establecer diferentes calidades de producto en el mercado, según su tamaño, su peinado o su color. También es necesario pensar en las características distintivas que permitirán a los clientes reconocer rápidamente la procedencia de la fibra y por lo tanto sus cualidades. Una forma podría ser el tipo de trenzado que usan algunas personas del municipio de S. J. Lalana para hacer los mazos de 100 o 500gr, otro obviamente es la etiqueta. ¿Utilizaremos una sola etiqueta para la pita de las diferentes comunidades u organizaciones o cada quien tendrá la suya y solo se le agregará un sello o una forma que la distinga en el mercado? Asimismo, es importante lograr convencer a los artesanos de Colotlan de que coloquen una etiqueta a los cintos que elaboran para que el consumidor pueda también conocer e identificar la pita. Otra posibilidad es



negociar con los artesanos un espacio sobre la etiqueta que ocuparán los artesanos para promover sus artículos de cuero.



VI. EL PROCESO DE REGISTRO DE PARCELAS Y MANCHONES DE PITA

Una de las acciones prioritarias para ir formando la asociación de productores y establecer las reglas de la Marca Colectiva podría ser iniciar el proceso de registro de parcelas y manchones de los productores y de sus organizaciones interesados por esta iniciativa.



El registro tendría varios objetivos:

1. Levantar el padrón de los productores de pita que quieren ser miembros de la asociación
2. Levantar información que permita comparar las diferentes formas de manejo de la pita y la incidencia de la enfermedad
3. Proporcionar datos a la CONABIO entorno a la distribución de la pita silvestre y cultivada en el País
4. Formar cuadros y técnicos campesinos para el levantamiento de información en campo, capacidades útiles para la realización de otros estudios.

A partir de una primera propuesta de ficha de registro que diseñó Methodus, se hizo un ejercicio de campo para probar el instrumento y geoposicionar algunas parcelas con un GPS. Posteriormente en el salón se ubicaron las parcelas en un mapa de la región a escala

1:50,000 y se hicieron modificaciones al registro.

VII. CONCLUSIONES Y ACUERDOS

A lo largo del taller, se evidenció la necesidad de que las organizaciones de productores sigan reuniéndose para intercambiar conocimientos y avanzar en la elaboración de las reglas de la Marca Colectiva y de la asociación que la regulará. A la vez es necesario fortalecer lazos de colaboración entre las organizaciones y comunidades de productores de pita, en cada una de sus regiones, la Chinantla, el Mixe bajo-Chimalapas, la Selva Lacandona y Pico de Oro. Asimismo es importante involucrar a los actores que pueden participar al proceso como los investigadores, ONG's y dependencias del gobierno y construir alianzas que faciliten el desarrollo de procesos de capacitación y asesoría para fortalecer las capacidades locales de producción, beneficiado y comercialización

A principio del mes de marzo 2002, Fabrice Edouard de Methodus presentará los avances ante el Comité del Proyecto Recursos Biológicos Colectivos patrocinado por CONABIO-FORD. Con ello, se espera poder obtener recursos para poder desarrollar acciones encaminadas hacia la investigación con la participación de los productores y el fortalecimiento de la capacidad de comercialización de sus organizaciones.

Para continuar el proceso, Jorge Larson de la CONABIO propuso la realización de un taller en Chiapas, quizás en Lacanja Chansayab para capacitar un equipo de promotores al registro de las parcelas. Se propuso la realización de este evento a final del mes de abril 2001.

Para avanzar en el proceso de discusión de la marca, de la asociación y de la cuestión normativa, se propuso una siguiente reunión entre representantes de organizaciones de productores en el mes de mayo.



Agradecimiento

A la Unión de Pueblos Indígenas de la Sierra Lalana, a su Comité Directivo, al Delegado de Arroyo Blanco y a su equipo técnico quienes fueron nuestros anfitriones y participaron en la organización del evento.

A Jorge Larson del Proyecto Recursos Biológicos Colectivos, a la CONABIO y a Deborah Barry de la Fundación FORD por su interés y participación en este Proyecto

A la delegación Oaxaca de la SEMARNAT y a su Oficina Regional de Tuxtepec, en particular a los Ing Mauricio Soberanes y Santos Cruz quienes apoyaron en la convocatoria y logística del evento.

Memoria elaborada por Fabrice Edouard, METHODUS Consultora, S.C.

Crespo 520-A, Col Centro 68000, Oaxaca, Oax, México

Tel (52 951) 514 05 27

Fax (52 951) 514 75 28

e-mail: methodus@prodigy.net.mx

www.manejopypfnm.org.mx