

**UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS  
MAESTRÍA EN EXTENSIÓN AGROPECUARIA**

*“Estrategias de comercialización de pequeños productores  
agroalimentarios con enfoque agroecológico. Departamento  
Belgrano, provincia de Santa Fe, Argentina.  
2000 -2009. Estudio de caso.”*

**Tesis para optar al grado de Magister Scientiae**

**Cristina Elena Millet**

**Esperanza, 2016**

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL  
FACULTAD DE CIENCIAS AGRARIAS  
PROGRAMA DE POSGRADO EN EXTENSIÓN AGROPECUARIA

*“Estrategias de comercialización de pequeños productores  
agroalimentarios con enfoque agroecológico. Departamento  
Belgrano, provincia de Santa Fe, Argentina.  
2000 -2009. Estudio de caso.”*

Tesis elaborada por Cristina Elena Millet  
Como requisito parcial para obtener el grado de Magister en Extensión  
Agropecuaria

2016

Se reservan los derechos de autor Cristina Elena Millet. La reproducción parcial o total de este trabajo sólo podrá ser autorizada por escrito por el autor. Dirección: Padre Kreder 2805, Esperanza, Santa Fe Argentina. Teléfono: 03496- 425337.

E- mail: [posgrado@fca.unl.edu.ar](mailto:posgrado@fca.unl.edu.ar)

**DEDICATORIA**

*A mi esposo Sergio y a mis hijos Clara, Francisco y Federico  
por haber comprendido este desafío,  
resignando el tiempo de ellos para poder cumplir mi sueño.  
A mis padres Leny y Juan que me han transmitido  
Valores para poder superar y transitar cada paso andado.*

## AGRADECIMIENTOS

- ✓ Al Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), Centro Regional Santa Fe, por haber financiado como beca la formación de postgrado.
  
- ✓ A mi directora de Tesis, Msc Profesora. Graciela Mugica, docente de Metodología de la Investigación del Posgrado por haber guiado mi formación de Postgrado y el trabajo de investigación.
  
- ✓ A los que formaron parte de mi trabajo de investigación por haber colaborado brindando los tiempos y espacios necesarios.
  
- ✓ A mis compañeros de la 8° Edición por brindarme un lugar y aceptarme como compañera.
  
- ✓ A los docentes del Posgrado, Coordinador y Director.
  
- ✓ Al Ing.Néstor Trentino, Jefe de la AER Las Rosas por haberme iniciado en el camino de la educación.

**Universidad Nacional del Litoral**  
**Facultad de Ciencias Agrarias**  
**Maestría en Extensión Agropecuaria**

La Comisión Examinadora, abajo asignada  
Aprueba la Tesis de Maestría

***“Estrategias de comercialización de pequeños productores  
agroalimentarios con enfoque agroecológico. Departamento  
Belgrano, provincia de Santa Fe, Argentina.  
2000 -2009. Estudio de caso.”***

elaborada por

**Cristina Elena Millet**

como requisito para obtener el grado de

**Magíster en Extensión Agropecuaria**

**Graciela Mugica (Mc Sc )**

**(Directora)**

**COMISIÓN EXAMINADORA:**

**Mg Carlos Callaci. (INTA)**

**Mg. Daniel Malano (FCV-U.N.L)**

**Mg. Hugo Erbetta (FCA-U.N.L)**

Esperanza, 31 de agosto de 2016.

## RESUMEN

Tesis  
Maestría en Extensión Agropecuaria  
Universidad Nacional del Litoral  
Facultad de Ciencias Agrarias

***“Estrategias de comercialización de pequeños productores agroalimentarios con enfoque agroecológico. Departamento Belgrano, provincia de Santa Fe, Argentina. 2000 -2009. Estudio de caso.”***

AUTOR: **Cristina Elena Millet**

DIRECTOR: **Graciela Mugica (Ms Sc.)**

Fecha y Lugar: Esperanza, 31 de agosto de 2016

El presente trabajo de investigación consistió en un estudio de 12 casos que fueron realizados en el departamento Belgrano durante el período **2009-2012**. La unidad de análisis considerada fue centrada en pequeños productores agroalimentarios con enfoque agroecológico (PPAA). Los mismos presentan un sistema productivo con una lógica de comercialización no formal reflejada en el estudio de la categoría de análisis: estrategias de comercialización.

Se planteó como objetivo comprender la creencia de que sus productos no son valorados en el mercado local-regional analizando sus estrategias de comercialización. A su vez se buscó identificar esos tipos de producciones agroalimentarias, estrategias de comercialización utilizadas y formas de autogestión.

Metodológicamente esta investigación se hizo siguiendo un muestreo con saturación de datos teórica a productores agroalimentarios del departamento Belgrano con el enfoque mencionado y que producen y venden sus productos en el mercado local y regional en forma continuada. Se realizaron entrevistas profundas, observaciones directas y sesiones grupales, focus group. Cada 2 entrevistados se procedió al análisis de las entrevistas para determinar una reorientación del diseño cualitativo, en caso de ser necesario.

Como conclusión se corrobora que los PPAA operan en un campo social donde prevalece el sostenimiento y reproducción del capital simbólico basado en el reconocimiento de sus productos sanos. La transmisión del “boca en boca”, las ferias, el trueque, y el aseguramiento de la llegada de productos en forma permanente al cliente/consumidor son admitidas como estrategias de venta de la gran heterogeneidad de sus producciones.

**PALABRAS CLAVE: ESTRATEGIAS-AGRICULTURA FAMILIAR-ECONOMÍA SOCIAL**

## SUMMARY

This research consisted of a case study of 12 cases were realized in Belgrano department during 2009-2012. The unit of analysis was focused on small food producers with agroecological approach (PPAA). They have a production system with a singular logic of non formal business marketing, showed on the study of analysis called: marketing strategies.

It was considered as objective to understand the belief of their products are not valued in the local -regional market analyzing their own marketing strategies. Also we tried to identify that kind of productions, marketing strategies used and types of self-management.

Methodologically this investigation was made following a theoretical sampling saturation data to food producers (PPAA) with mentioned approach of Belgrano Department and to produce and sell their products in local and regional markets in a continue way. They were done with depth interviews, direct observations and group sessions, focus group. Every 2 respondents proceeded to the analysis of the interviews to determine a qualitative reorientation of design, if necessary.

In conclusion, it is confirmed that the PPAA operate in a social field where prevail the sustain and reproduction of symbolic capital based on recognition of their healthy products. Transmission of “word of mouth”, fairs, barter and ensuring the arrival of products permanently to clients/ consumer. are admitted as sales strategies of the great heterogeneity of their productions.

KEYWORDS: STRATEGIES - FAMILY AGRICULTURE - SOCIAL ECONOMY



## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b>	<b>VII</b>
<b>ABSTRAC</b>	<b>VIII</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>1</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1.1 Localización geográfica del problema de investigación.	1
1.2. Caracterización histórica-social del distrito Las Rosas y localidades vecinas	4
1.3. Caracterización agroclimática del Departamento Belgrano	5
1.4. El contexto de estudio	7
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>11</b>
<b>2. MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>11</b>
2.1 Estrategias	11
2.2 Campos sociales	12
2.3 Capital, volumen y estructura	12
2.4 Agricultura familiar	14
2.5 Economía social	16
2.6 Territorio	18
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>24</b>
<b>3. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS</b>	<b>24</b>
3.1. Definición del problema	24
3.2 Objetivo General	29
3.3. Justificación/Fundamentación	30
3.4. Supuesto que guía la investigación	32
3.5. Definición de la muestra	32
<b>CAPÍTULO IV</b>	<b>34</b>
<b>4.1 RESULTADOS</b>	<b>34</b>
4.1.1 Caso 1	34
4.1.2 Caso 2	38
4.1.3 Caso 3	43
4.1.4 Caso 4	46
4.1.5 Caso 5	50
4.1.6 Caso 6	53
4.1.7 Caso 7	57
4.1.8 Caso 8	59
4.1.9 Caso 9	61
4.1.10 Caso 10	64
4.1.11 Caso 11	66
4.1.12 Caso 12	68
<b>4.2 Conclusiones de las entrevistas</b>	<b>71</b>
<b>CAPÍTULO V</b>	<b>75</b>
<b>5. DISCUSIÓN</b>	<b>75</b>
5.1 Capitales	75
5.2 Estrategias	78
5.3 Campo social	80

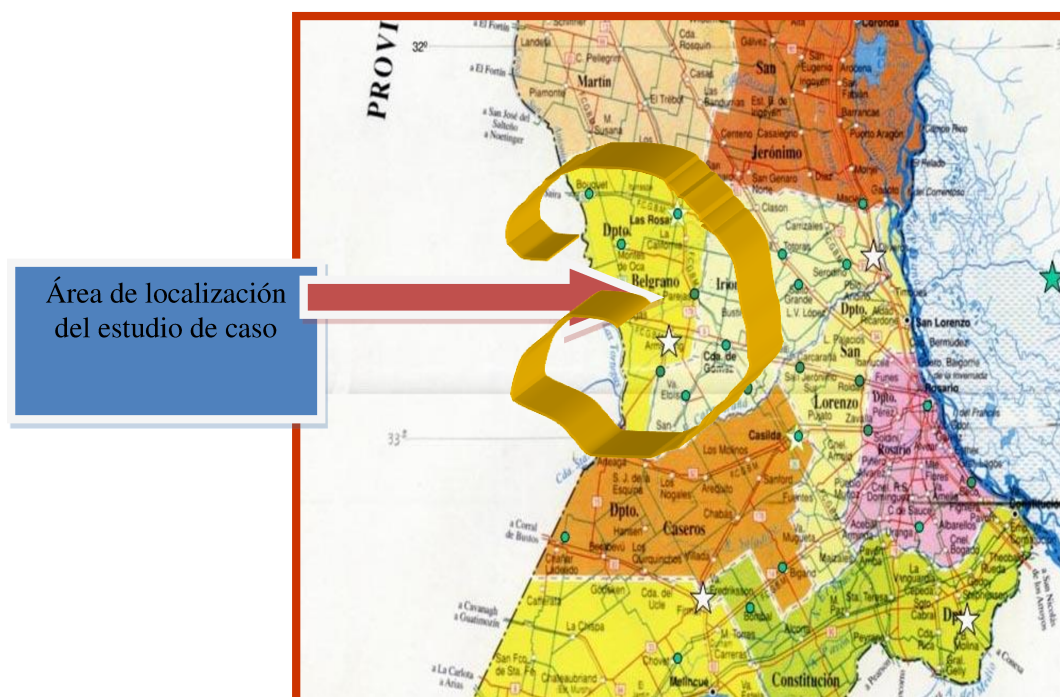
<b>6. CONCLUSIONES</b>	<b>84</b>
<b>7. PROPUESTAS DE TRABAJO</b>	<b>87</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>90</b>
<b>9. ANEXOS</b>	<b>- 96 -</b>

## CAPÍTULO I

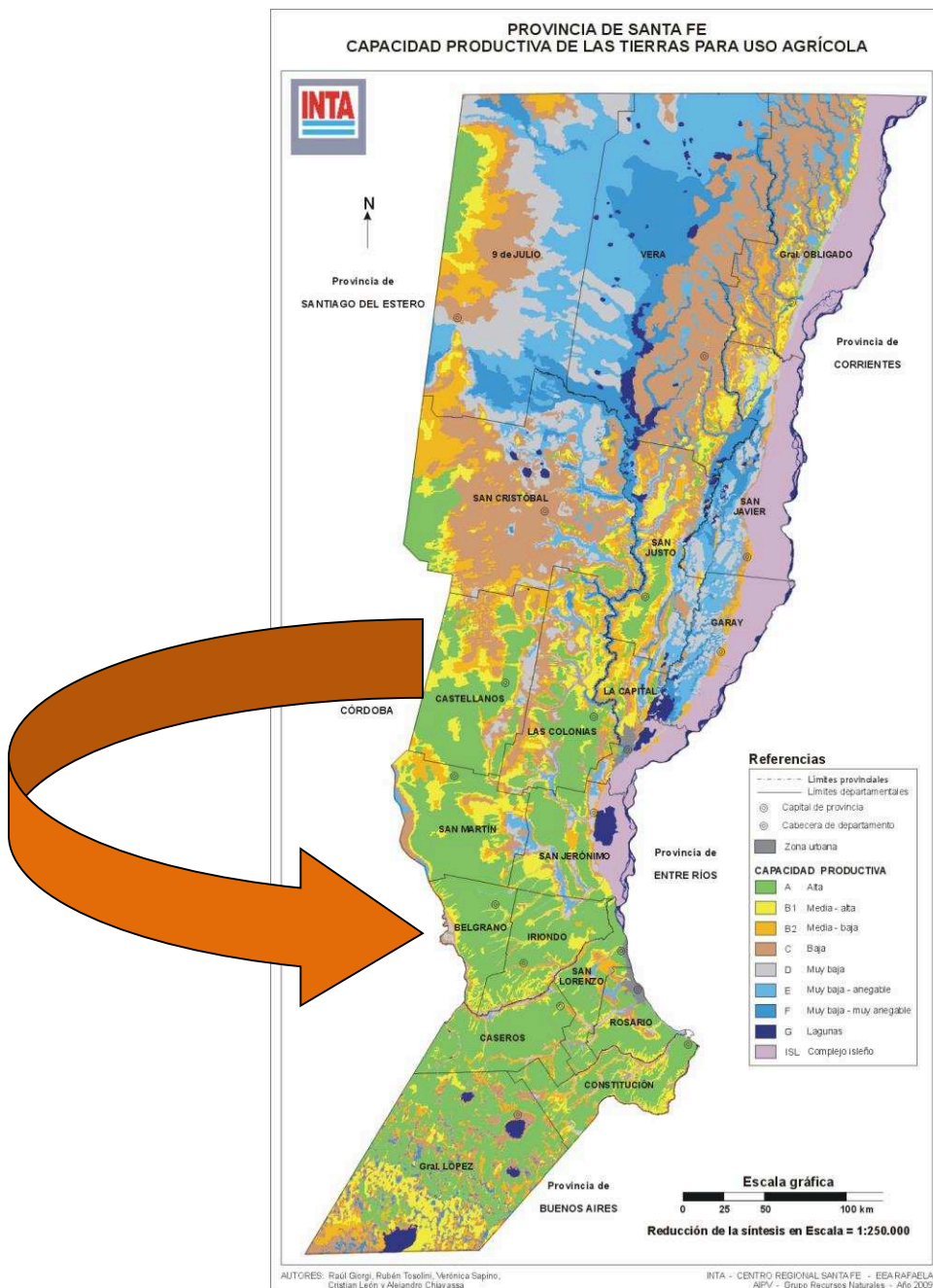
### 1. INTRODUCCIÓN

#### 1.1 Localización geográfica del problema de investigación.

El presente trabajo de investigación será implementado dentro del Departamento Belgrano, ubicado al SO de la provincia de Santa Fe, que limita al Oeste con la provincia de Córdoba, al Sur con el Departamento Caseros, al Este con el Departamento Iriondo y al Norte con el Departamento San Martín.



**FIGURA N° 1.** Mapa de ubicación del Departamento Belgrano de la Provincia de Santa Fe. Fuente: Elena H. 2011. Sistemas de información geográfica integrada de Salta y Jujuy. INTA.

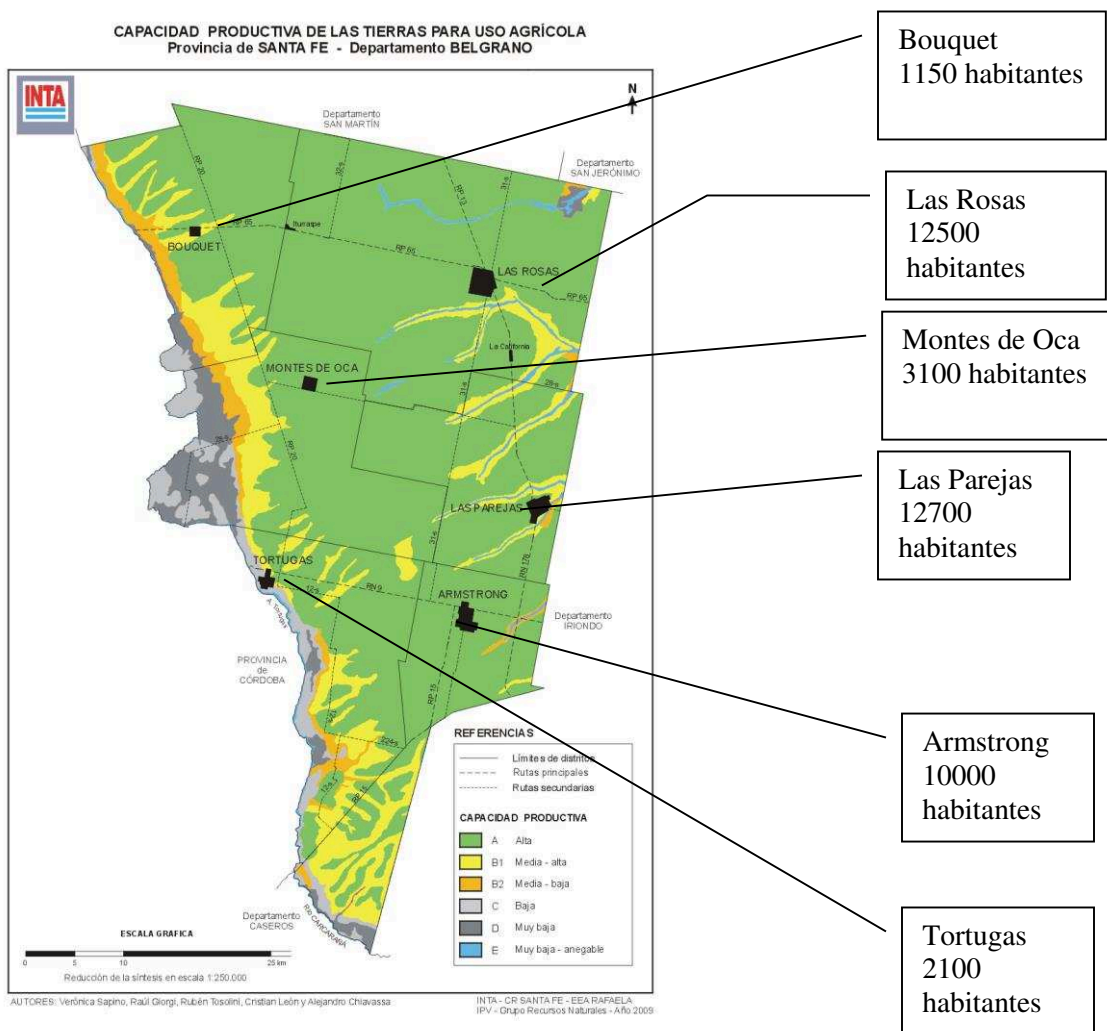


**FIGURA N°2.** Mapa de Capacidad productiva de los suelos de la Provincia de Santa Fe. Fuente: mapas EEA Rafaela.

De acuerdo con la figura N°2, se puede observar que la distribución de los suelos del departamento Belgrano, según la capacidad de su uso es: Alta: 85%, Media a Alta: 10%; otras zonas, como por ejemplo cañada, lagunas, etc. el 5% restante.

Al analizar la capacidad de uso de los suelos, se destaca que en el Departamento Belgrano, el paradigma dominante según su capacidad de uso es la producción agrícola, y allí la soja es el cultivo principal.

Departamento Belgrano. Distritos.



**FIGURA N° 3.**Distritos del Departamento Belgrano, Provincia de Santa Fe: 200.000 has. Fuentes: Mapa de suelo EEA INTA Rafaela y Datos estadísticos poblacionales de cada Municipio y Comunas del Departamento Belgrano.

## 1.2. Caracterización histórica-social del distrito Las Rosas y localidades vecinas

120 años de historia

En la región de estudio, el período de colonización a partir de la segunda mitad del siglo XIX, tuvo una fuerte corriente de cultura inglesa y se destacó la influencia del trazado del FFCC Gral. Bartolomé Mitre, donde la producción ganadera extensiva en las estancias, proveía de carne vacuna a centros de faena de la Capital Federal, con destino a la exportación. En la primera mitad del siglo XX, comenzó lentamente el uso del suelo para la producción de trigo y maíz, coincidiendo con la etapa de la mecanización agrícola, junto con la inmigración italiana y española. En un principio, eran arrendatarios la mayoría de los inmigrantes.

Con el Dr. Carlos Pellegrini en el gobierno, se aprobó el 24 de septiembre de 1887, por ley nacional N° 2003, el proyecto de trazado de un ferrocarril que uniría la localidad de Cañada de Gómez con la estancia Las Yervas de los hermanos Ortiz. Con este trazado ferroviario se obtuvieron numerosos beneficios, entre ellos la consolidación del pueblo Las Rosas como cabecera del Departamento Belgrano, y se logró una jurisdicción territorial superior a las 71.000 hectáreas cuyas excelentes tierras eran y continúan siendo, aptas para la explotación agrícola-ganadera. Esta enorme superficie fue en un principio, propiedad de unas pocas familias, que a través de ventas y sucesiones en la actualidad, cubren un perímetro de más de 590 explotaciones agropecuarias.

A los primeros estancieros, muchos de procedencia inglesa, se le sumó la mano de obra proveniente del norte santafesino, Santiago del Estero, Entre Ríos, Corrientes, Córdoba y en menor proporción, de la provincia de Buenos Aires. Por esos años también, se iniciaba la colonización bajo el sistema de arrendamiento en el territorio santafesino lo que generaba la segunda gran inmigración, esta vez principalmente de Italia, además de españoles, croatas y posteriormente árabes. (Ponzano, 1994)

Además, según Díaz (2002)

*Argentina produce alimentos para millones de personas, pero su propia gente, devastada y excluida del sistema, ya no puede comprarlos. La triste paradoja que enfrenta el conocido "granero del mundo" en el siglo pasado es que ya no puede abastecer a su propia población. El hambre y la desnutrición que sufre gran parte de la humanidad tienen relación directa con la forma en que se producen y distribuyen los alimentos el acceso social a los mismos y la regresiva distribución del ingreso. (Díaz, 2002)*

Como se puede ver en el párrafo anterior citado, el hambre no sólo está relacionada con la producción de alimentos y la expansión de la agricultura sino también con el funcionamiento de la economía y el accionar de las instituciones políticas y sociales. Estos sectores pueden influir directa o indirectamente en la capacidad –o incapacidad– de los individuos para adquirir alimentos y gozar de buena salud y alimentación. Por esa razón, es importante conjugar el papel del Estado con el funcionamiento eficiente de

otras instituciones económicas y sociales, desde el comercio y el mercado a los partidos políticos, las ONGs y otros actores que sostienen y que podrían facilitar el debate público.

En 1991, la población rural del país equivalía al 12%, según Censo Nacional Agropecuario de 1988, pero en el Censo Nacional 2011, se mostró un mayor despoblamiento de áreas rurales y un importante hacinamiento en poblados intermedios no preparados para contener ese fenómeno migratorio. El crecimiento de las áreas urbanas por esta población migrante, junto con el empobrecimiento de las clases urbanas, demuestran que el sistema socioeconómico aisló a más del 50% de la población del área de estudio. Se ha quebrado la interrelación entre la economía financiera y la economía productiva, apareciendo nuevas instancias a las que la propia sociedad ha echado mano para sostenerse: el crecimiento de la economía solidaria, el asociativismo y los clubes de trueque, sobre todo en 2001-2003, durante la crisis socio-económica en Argentina.

De acuerdo con lo expresado es un desafío repensar la agricultura familiar como una alternativa de economía regional, para que contrarreste con la cara visible de la agricultura extensiva, tan fuertemente instalada en la región.

### **1.3. Caracterización agroclimática del Departamento Belgrano**

En regiones donde el clima permite una elevada productividad, es el suelo el que condiciona la expresión de ese potencial, según sea el grado de sus limitaciones.

Para caracterizar a los suelos se determinan unidades taxonómicas que sirven para clasificarlos dentro de un sistema pero, no indican cómo están distribuidos en el terreno. Para ello, se recurre al uso de las unidades cartográficas, que son agrupamientos de una o varias poblaciones de suelos, que según el grado de complejidad tienen diferentes denominaciones.

La provincia de Santa Fe cuenta con 7 regiones naturales: 1-Llanura chaqueña, 2-Pampa llana santafesina, 3-Pampa ondulada, 4-Cuenca con drenaje interno, 5-Bajos submeridionales, 6-Cuña Boscosa, 7-Relieves vinculadas al río Paraná.

En cada una de las regiones, la vegetación natural refleja cierto modo de conjunción paisaje –suelo, dado que ella ha sido modificada por el hombre en gran medida.

El Departamento Belgrano se encuentra en la región 3-Pampa ondulada. Posee un relieve normal con lomas suavemente onduladas y lomas ligeramente extendidas bien drenadas, pendientes medias y gradientes menores de 2%, aunque en algunos sectores este puede alcanzar el 3%.

Desde el punto agroecológico y jurisdiccional, los límites del departamento Belgrano son: al Norte una línea imaginaria que une aproximadamente las localidades de María Susana, El Trébol, San Genaro, Totoras, Serodino y Maciel. Por el Oeste el arroyo Tortugas y los escalones estructurales aledaños; hacia el

Este, la terraza anterior del río Paraná y hacia el Sur, se continúa en la provincia de Bs As. (Ver figura N° 3).

Hidrológicamente, el área de estudio está compuesta por cañadas, arroyos, ríos que toman en general dirección perpendicular hacia el colector principal que es el río Paraná. En cuanto a la vegetación natural, la misma fue modificada por sobrepastoreo, pero no, tan radicalmente como en las áreas agrícolas.

El clima es un factor preponderante en la formación de los diferentes ambientes físicos y de productividad de la provincia y sobre todo, en la región de estudio. El carácter benigno de este, hace que algunos rubros de la producción agropecuaria hayan alcanzado niveles altos de productividad. Las temperaturas medias también son factores importantes a tener en cuenta, ya que el Departamento Belgrano tiene una media térmica de enero de 24 °C y 9.5 °C en julio.

Con respecto a los vientos, éstos se caracterizan (según la observación de las rosas de los vientos), por ser los dominantes los del Noreste y Sureste, y tienen una incidencia mínima los vientos del Oeste y Noroeste sobre la región.

Las precipitaciones constituyen otro elemento de suma importancia por su incidencia directa en los procesos climáticos, en la génesis de los suelos, en el escurrimiento superficial y subterráneo. Además, es indispensable su estudio para una mejor comprensión del funcionamiento de las comunidades vegetales, animales y humanos.

Las isohietas (líneas que unen puntos de igual precipitación), muestran los valores menores en invierno y los valores máximos a fines de la primavera. En sólo 6 meses del año, se concentra el 73% del registro medio anual de precipitaciones.

La naturaleza y distribución de los suelos obedecen en gran medida, al tipo de paisaje en que se ha formado. El material parental, el loess pampeano, ha dejado en ellos sus rasgos sobresalientes, al igual que el clima que ha permitido un desarrollo genético asociado a la formación de horizontes enriquecidos en materiales finos y a la transformación de la materia orgánica en sustancias húmicas estables que identifican procesos de melanización y formación de horizontes oscuros en superficie.

De esta manera, en los sectores bien drenados se encuentran suelos profundos, sin limitaciones para la penetración del agua y el aire, como las series Marcos Juárez y Los Cardos, clasificados como Argiudoles Típicos que son suelos con una secuencia de horizontes: A (Epipedón mólico) AB o BA, Bt (Argílico) BC y C. En vías de escurrimiento temporarias, se encuentran cubetas o lagunas semipermanentes, con suelos de baja permeabilidad y otras denominaciones.

Si se caracteriza a la serie Los Cardos, que es la de mayor dominio en el área de estudio como se puede ver en la figura N°3, se puede decir que se destaca por tener suelos francos limosos, bien drenados y en algunos sectores fases erosionadas. Este tipo de series no presentan limitaciones en cuanto a su uso agrícola, pasturas, forestación. (Carta de suelos, hoja 3363-12.Las Rosas)



#### 1.4. El contexto de estudio

Frente a la crisis socio-económica del año 2001 que ha sufrido Argentina, el país se ha visto obligado a generar políticas acorde con el resto de los países de su continente. ¿Cómo explicar que un país rico en recursos naturales, con una gran clase media y considerado una de las primeras potencias mundiales a principios del siglo XX, haya caído en el abismo a inicios del nuevo milenio?

Los procesos de cambio económico e institucional que se produjeron en Argentina, en las últimas dos décadas han sido un factor fundamental y clave para desencadenar iniciativas de desarrollo rural en el país, ya sea como mecanismos para aprovechar la coyuntura macroeconómica que se generaban o como para poder salir de las situaciones de pobreza y pérdida de oportunidades, sobre todo en las zonas marginales.

El departamento Belgrano se encuentra en una zona productiva privilegiada descrita en la Introducción. En dicha zona predomina la agricultura extensiva y algo de ganadería pero se le resta importancia a las actividades de producción agroecológica en pequeña escala, que no están visibilizadas en los censos agropecuarios.

Según las lecturas de algunos sociólogos, la agroecología podría ser una potencial estrategia de desarrollo rural sostenible para la pequeña agricultura ya que, al mismo tiempo, existe una evolución favorable del mercado de productos orgánicos u ecológicos, siendo productos de mucha demanda. (Fernández, 1999).

Los resultados de las iniciativas generadas desde Comunas y Municipios y otros organismos no han sido muy destacados, en cuanto a su adopción en el territorio. Toda actividad promovida desde arriba hacia abajo no genera procesos de desarrollo territorial y como destaca Silli (2010), para que ocurra un proceso de construcción social, las acciones deben surgir desde la misma comunidad involucrada para que se sientan parte del proceso iniciado donde son acompañados por las demás actores del territorio. Indudablemente, las transformaciones rurales, suburbanas requieren de enfoques y de marcos conceptuales capaces de identificar la nueva complejidad territorial y rural, de manera que permitan además definir mejores prácticas y políticas de desarrollo rural que acompañen los cambios.

Hasta finalizada la II Guerra mundial, en 1945, el modelo explicativo del funcionamiento del mundo rural estaba monopolizado por el enfoque dicotómico, es decir que “es rural todo espacio habitado que no es urbano”. (Silli, 2010)

Desde el punto de vista de la relación e interacción de las personas con la naturaleza y el ambiente, la ciudad representa el acercamiento a las construcciones creadas por el hombre y el alejamiento de la naturaleza.

Como decía Kush (1976), el hombre tradicional lleva encima el miedo a la desaparición por parte de la naturaleza. Ante estos conceptos y como reafirma Kush (citado por Silli, 2010), el campesino-hombre rural- no cuenta con estructuras que puedan escapar de los tiempos lentos, pasivos del retraso que lo conlleva a su inacción. A partir de la posguerra se hablaba de otro modelo explicativo de la organización y la dinámica de las áreas rurales denominada la teoría del “continuum”. Según esta teoría existe un gradiente entre el campo y la ciudad donde el campo es el ámbito de la tradición y la ciudad de la modernidad, agregándose el hecho de que la ciudad debe integrar al campo para que ingrese a la modernidad. (Silli, 2010)

El concepto de continuum se nutre en cierta forma, de la teoría de Rostow (citado por Silli 2010), según la cual, los países subdesarrollados deben superar ciertas etapas cualitativas y cuantitativas para llegar a ser países desarrollados, lo que implica que toda sociedad transite el mismo camino.

A partir de la década de los 70, las formas organizacionales del mundo rural cambiaron drásticamente por una dinámica más compleja, con más variables, a partir de la transformación tecnológica en las comunicaciones, aumento de la movilidad, entre otras. Esto produjo un cambio de las lógicas de funcionamiento espacial entre los actores y las vinculaciones con bienes y servicios. De alguna manera, se fue modelando una profunda transformación de los territorios rurales.

Hoy, siglo XXI, la movilidad en los espacios permite conectar con más intensidad el campo con la ciudad, dando la posibilidad de que los habitantes de la ciudad se transformen en actores importantes del campo a través del uso y aprovechamiento de los espacios rurales a los que se los utiliza como distracción, recreación, residencias temporarias, generación de proyectos productivos, disfrute del paisaje (turismo rural), entre otros, y se completa a través de ingresos de rentas e inversiones cruzadas.

Otro factor que modela la actualidad, es la imposición y consolidación de una lógica empresarial o de agronegocio por sobre una lógica de producción y desarrollo de la agricultura familiar o campesina y la emergencia de nuevas y múltiples actividades por parte de diferentes actores, muchas veces no agropecuarias. (Silli, 2010)

Hoy, el modelo de desarrollo agrario actual instalado, asentado en la producción de bienes exportables, tecnología intensiva de insumos y capital, favorece en gran medida, a las economías de escala con concentración económica y lesiona gravemente, la base de la soberanía alimentaria de la población rural, debilitando el posible crecimiento de economías regionales por lo cual, no resulta favorable para la Pequeña Agricultura Familiar (PAF).

La actividad económica más importante del Departamento Belgrano radica en la producción agrícola, principalmente cultivos de soja, trigo, maíz, sorgo y girasol. También se destacan la ganadería, con animales para carne y leche, los cultivos para forrajes, una importante explotación avícola y un buen número de apicultores asociados para comercializar sus productos.

En el distrito estudiado el 54% de la superficie es destinada a soja de 1° siembra, el 20% a trigo, 15% a maíz y 11% a otros cultivos.

Por su parte, la actividad fabril tomó fuerte impulso en los últimos años, con empresas instaladas preferentemente en la zona industrial (metal-mecánica). La producción de estas industrias está vinculada a la fabricación de implementos agrícolas como pulverizadoras autopropulsadas y de arrastre, sembradoras, chimangos, ensiladoras de forraje y autopartes para ensambles. Se encuentran además empresas que fabrican elementos e implementos hidráulicos; semirremolques y carretones para cargas especiales; hay una curtiembre y sus derivados; industria frigorífica; tres empresas textiles para la manufactura de remeras, gorras publicitarias, banderas, bolsos; dos dedicadas a la matricería e industrialización del plástico, de la madera y del mueble.

En un país como Argentina y en tierras como las del departamento Belgrano donde la disponibilidad en uso y el trabajo aún se encuentran accesibles, es fundamental canalizarlos y protegerlos. Con una mínima ayuda estatal, con políticas públicas, cada argentino podría producir sus propios alimentos, de manera sana y sustentable, tanto en el campo como en las ciudades, mencionaba Díaz en su entrevista (Díaz, 2002).

Esta actividad de producir alimentos sanos, en el Departamento Belgrano, es relativamente nueva. Desde 1993, se promueve la implementación de huertas con enfoque agroecológico en la ciudad de Las Rosas y el Instituto Nacional de Tecnología (INTA/Prohuerta/MDSN), acompaña a un proyecto municipal gestionado en 1992.

A nivel nacional, el Prohuerta, nace en 1990 para proteger la población en situación de pobreza, allí, el INTA como Organismo Nacional, aportó los recursos humanos, infraestructura conjuntamente con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDSN), quién aportó los recursos económicos para su lanzamiento. Con esos recursos económicos otorgados por este último organismo (MDSN), se adquirieron semillas provenientes de la provincia de San Juan, cartillas como material didáctico, y otros tipos de insumos. Con el tiempo, se fueron sumando muchas instituciones a este Programa y cada una fue sumando esfuerzos para concretar el objetivo de promover una alimentación saludable.

Actualmente, es posible afirmar entonces, que este Programa Prohuerta se sostuvo a lo largo de 20 años por la adopción de los actores involucrados, que de alguna manera lo recrearon, lo innovaron y lo adoptaron a sus necesidades según diferentes lugares.

Desde la Agencia de Extensión Rural (AER), INTA, Las Rosas se integró desde sus comienzos a la implementación del mismo programa Prohuerta que, en lo social tiene un rol destacado porque uno de los objetivos aparte de lograr la autoproducción de familias carenciadas apuntó también a mejorar la calidad de vida de todos los sectores, valorizando al ser humano en su integridad. El programa está enmarcado en la Seguridad Alimentaria que conjuga la capacitación progresiva, la participación solidaria

y el acompañamiento sistemático de las acciones en terreno de las familias involucradas. Por consiguiente, resulta estratégico en su operatoria, la intervención activa de voluntariados (promotores) y de redes de organizaciones de la sociedad civil.

Las acciones desarrolladas, desde las políticas públicas, hasta el trabajo en terreno de los agentes de desarrollo, se orientan a dar un salto cualitativo no sólo con respuestas asistenciales ante la emergencia, sino con herramientas de autogestión hacia la promoción del crecimiento económico y social de cada localidad. De este modo, consolidan una red de inclusión social y favorecen a una mejor calidad de vida de las familias y personas en todo el país, mediante la construcción de una política social integral que evite la fragmentación entre múltiples programas sin articulación entre sí.

Luego de muchos años de recorrido en el programa, se han generado huertas y granjas con excedentes, de las cuales algunas han participado en ferias francas apoyadas por la Municipalidad de Las Rosas. Pero igualmente, ante este tipo de oportunidad a la hora de vender sus productos, es una problemática, la ubicación de los mismos en el mercado y el reconocimiento de la gente de la calidad de sus productos.

Para comprender los procesos y la situación actual de los pequeños productores en Argentina en los últimos años, se pueden reconocer simultáneamente dos instancias relevantes con respecto a los del sector agropecuario, agroalimentario. Por un lado: una modificación de la estructura agraria, ya que entre censos, se observa una reducción significativa del orden de 103.000 productores; y por otro una búsqueda de alternativas productivas y laborales para enfrentar la crisis y poder mantenerse dentro de los sistemas productivos (agricultura familiar con enfoque agroecológico).

En este último caso, se considera a la agricultura familiar como una alternativa para enfrentar la crisis y mantenerse dentro del sistema productivo. La misma tiene muchas potencialidades para producir alimentos sin deteriorar el medio ambiente, porque a través de ella, no sólo se busca la reproducción social de la familia y el mejoramiento de la calidad de vida; sino también el trabajo y gestión (íntimamente relacionados); mano de obra principalmente familiar; pluriactividad; énfasis en la diversificación productiva; mayor biodiversidad de los agroecosistemas; énfasis en la durabilidad de los recursos; énfasis en el uso de tecnología apropiada; en el proceso productivo; relación comercial local; también aporta al desarrollo local y regional, transformación de productos primarios con generación de valor agregado; mayores posibilidades de preservar el patrimonio cultural; generadora de empleo y promotora de la soberanía alimentaria. (Lovis, 2004)

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO CONCEPTUAL

#### 2.1 Estrategias

El origen del concepto de estrategia se genera a partir de la definición del cómo se logrará un determinado objetivo. Si bien es el concepto más común no es el único que existe.

Otro de los conceptos de estrategia es el que nos aporta Aristóteles donde la define como el deseo que mueve y empuja a los seres humanos a cumplir con el mismo a través de acciones. Es una situación de necesidad, de ansiedad, que moviliza a hacer para cumplir con las necesidades, las demandas, o posibles sueños (Aristóteles, 1978).

Desde la perspectiva de Bourdieu (citado por Gutiérrez, 1996), se analizan en primera instancia las Estrategias de Reproducción Social definidas por él como al: “*conjunto de prácticas fenomenalmente muy diferentes, por medio de las cuales los individuos y las familias tienden, de manera consciente o inconsciente, a conservar o a aumentar su patrimonio, y correlativamente a mantener o mejorar su posición en la estructura de las relaciones de clase*”, es decir que, la reproducción de las estructuras de interacción se sustenta en las destrezas de los actores sociales, la racionalización de estas destrezas, los elementos de motivación y la “dualidad de la estructura”. Son prácticas, acciones que permiten a los actores llegar a cumplir sus metas y permanecer con continuidad en diferentes formas.

En el presente trabajo los actores involucrados junto con sus familias intentan reconstruir el espacio social a partir de los tres principios mencionados por Bourdieu, *volumen del capital, estructura del capital y evolución histórica* (trayectoria). (Bourdieu, 2006).

Así, la estructura del espacio social tal como se observa en las sociedades diferenciadas es el producto de dos principios de diferenciación fundamentales, el de capital económico y el de capital cultural (Bourdieu, 2006).

El espacio social que menciona Bourdieu en su obra *Campo del Poder y reproducción social* es en síntesis, un espacio pluridimensional de posiciones, donde la misma puede ser definida en función de un sistema pluridimensional de coordenadas, cada una de las cuales está ligada a la distribución de una especie de capital diferente. (Bourdieu, 2006).

Se comparte con él, su ruptura del marxismo, difiriendo no sólo en lo económico, sino que desde la perspectiva de Bourdieu este espacio social se construye permanentemente y los espacios y disposiciones van cambiando según las formas de jugar o actuar. Cada actor juega de manera diferente con su par, se entretejen historias y de este tipo de relaciones se van construyendo tramas diferentes que hacen que cada comunidad se diferencie una de otra. Su forma de permanecer en ese espacio es de alguna manera una

estrategia utilizada para permanecer o intentar cambiar para alcanzar otras metas cumpliendo distintas misiones.

## **2.2 Campos sociales**

Bourdieu define los campos sociales como espacios de juego históricamente constituidos y construidos, con sus instituciones específicas y sus leyes de funcionamiento propias; son espacios estructurados de posiciones, que son producto de la distribución inequitativa de ciertos bienes (capitales), capaces de conferir poder a quien los posee.

Hay una amplia diversidad de campos y subcampos, que funcionan con una lógica específica pero que a su vez, comparten un conjunto de leyes generales, válidas para todos. Cada campo específico se define a partir del capital que en él está en juego. El capital puede definirse como un conjunto de bienes acumulados que se producen, se distribuyen, se consumen, se invierten, se pierden.

Un campo puede ser económico, cultural, social o simbólico. Dentro de estas categorías, hay una gran variedad de subcampos. Históricamente, pueden surgir nuevas especies de bienes que sean valorados y reconocidos socialmente y que, por lo tanto, den origen a un capital específico y a un nuevo campo de lucha; por ejemplo, dentro del campo cultural, el campo del uso de videos, imágenes virtuales es de formación reciente. Del mismo modo, determinados campos pueden dejar de existir o se puede modificar su lugar en la jerarquía de los campos, se pueden volver dominantes sobre otros o perder valor. Por ejemplo, el campo religioso ha ido perdiendo a partir de la modernidad su capacidad de dominar otros campos culturales como el educativo o el artístico.

## **2.3 Capital, volumen y estructura**

La distribución inequitativa del capital, cualquiera que sea, es la que define la posición relativa que cada agente o actor va a ocupar en un campo; de allí, que los intereses y las estrategias de estos actores van a estar orientados por la posición que ocupan en el mismo y por la configuración de sus habitus. Así como en el comportamiento económico, la búsqueda de ganancias va a ser el principal objetivo de los otros campos: cultural, social y simbólico (Gutiérrez, 1994)

Habitus es el concepto que permite articular lo individual y lo social, las estructuras internas de la subjetividad y las estructuras objetivas que constituyen el ambiente, esto es, las llamadas condiciones materiales de la existencia. Al mismo tiempo, este concepto permite comprender que estas estructuras subjetivas y objetivas, lejos de ser extrañas por naturaleza, son dos estados de la misma realidad, de la misma historia colectiva que se deposita o inscribe a la vez, en los cuerpos y en las cosas. Los habitus se definen como sistemas de disposiciones duraderas, estructuras estructuradas, predispuestas para funcionar como

estructuras estructurantes, es decir, que es lo que cada uno ha incorporado en su estructura, es lo que cada uno pone en juego a partir de distintas acciones, es lo que cada uno internalizó durante toda la vida y hoy se pone en juego, hoy se muestra con sus valores, aprendizajes, saberes.

Los campos, según Bourdieu (2006), se presentan como sistemas de posiciones y de relaciones entre posiciones, y los intereses específicos del mismo. Es el lugar o posición que ocupa cada actor en sus relaciones dentro de una comunidad de acuerdo con el capital y su habitus, e intereses.

Como sistema de disposiciones para actuar, percibir, sentir y pensar de una cierta manera, interiorizadas e incorporadas por los individuos a lo largo de su historia, el habitus se manifiesta por el sentido práctico, es decir, por la aptitud para moverse y orientarse en la situación en la que se está implicado y esto, sin recurrir a la reflexión consciente, pensante, simplemente gracias a las disposiciones adquiridas durante el transcurso de sus vidas y que funcionan como espontáneas en su forma de expresarse.

La práctica es el producto de la relación dialéctica entre una situación y un habitus, que como sistema de disposiciones durables y transferibles, que funciona como una matriz de percepciones, apreciaciones y acciones y hace posible el cumplimiento de tareas infinitamente diferenciadas. La práctica, entonces, tiene que ver con las condiciones objetivas que precedieron la constitución del habitus y con las condiciones presentes que definen la situación donde la práctica tiene lugar.

El concepto de habitus se diferencia de la noción de costumbre ya que esta, se caracteriza por la repetición, el mecanicismo, el automatismo y el habitus se caracteriza por su poder generador de nuevas prácticas a través de lo “aprehendido”, de lo construido intrínsecamente, de prácticas actuales generadas a partir de lo internalizado.

Si bien, esta capacidad se encuentra limitada por su constitución histórica, no siempre se reduce por completo a sus condiciones de producción; los ajustes impuestos por las necesidades de adaptación a situaciones nuevas e imprevistas, pueden determinar transformaciones durables del habitus; no obstante, estas modificaciones permanecen dentro de ciertos límites ya que el habitus define la percepción de la situación que lo determina.

El habitus de clase es la posición del actor dentro de la estructura de una clase social, donde el mismo, contribuye a su producción y reproducción de este sistema de relaciones entre las clases. No es un simple estilo de vida que se deriva de pertenecer a una clase, sino que implica la totalidad de las acciones y pensamientos, pues es la base con la cual se toman determinadas decisiones.

## **Capitales**

A partir del análisis de los capitales que plantea Bourdieu (según Gutiérrez, 1994), como conjunto de bienes acumulados que se producen, se distribuyen, se consumen, se invierten, se pierden, es posible analizar la heterogeneidad de las falencias y el grado de vulnerabilidad de los hogares de estas familias.

Así, el capital económico, representa la especie de capital dominante por sobre los otros y se constituye por diferentes factores de producción (tierra, fábricas, trabajo) y el conjunto de bienes económicos: patrimonio, los ingresos y los bienes materiales.

Por su parte, el capital cultural está ligado a conocimientos, ciencia, arte, que existe bajo tres formas: en estado incorporado relacionado con determinados tipos de conocimientos, habilidades (*habitus*); en estado objetivado, bajo la forma de bienes culturales (libros, cuadros, instrumentos) y en estado institucionalizado que constituye una forma de objetivación, como son los títulos escolares, es decir que el capital cultural lo posiciona al hombre de acuerdo a los títulos institucionalizados avalados por cursos, capacitaciones, estudios, de grado, posgrado; circunstancialmente habilitado por ser culturalmente activo.

En cuanto al capital social, lo define Bordieu como “el conjunto de los recursos actuales o potenciales que están ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de inter-conocimiento y de inter-reconocimiento, o en otros términos a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no solo están dotados de características comunes (susceptibles de ser percibidas por el observador, por los otros o por ellos mismos), sino también están unidos por lazos permanentes y útiles, que en términos más simplificados son las relaciones sociales de los actores dentro de una comunidad, que producen valores, relaciones, vínculos capaces de generar, de poder ocupar un espacio y jugar en determinados roles.

Finalmente, el capital simbólico es la forma que revisten las diferentes especies de capital cuando son percibidas y reconocidas como legítimas, es el que lo habilita a ocupar un lugar en la comunidad por ser honesto, respetado, por ser lo que es su esencia. (Gutiérrez, 1994)

A su vez el capital simbólico nos lleva a otro gran concepto de Bourdieu: el poder, que la define como aquella lucha que se genera tanto entre clases, entre individuos o ideologías, para poder mantener, o aumentar el capital, ya que un mayor capital, sea en el campo que sea, da un mayor poder. Así es, como el hombre genera vínculos, estimula redes, y conecta la relación entre las estructuras, entre la historia, entre las personas que conforman este mundo.

En conjunto, la suma de cada uno de dichos capitales lo habilita al hombre a desempeñarse en un espacio y jugar con sus pares desde donde genera posiciones de privilegio para poder cumplir sus deseos.

## **2.4 Agricultura familiar**

En este estudio de casos, la unidad de análisis que son los *productores agroecológicos*, indica que los actores tienen en común diversos aspectos. Entre ellos: utilizan mano de obra familiar; poseen superficies pequeñas; producen sus alimentos sin el uso de agro tóxicos; son solidarios; participan de espacios de encuentro donde intercambian productos, recetas y, tienen sueños que aspiran a cumplir.



Por ello, se comparten algunas definiciones. Por una parte, la utilizada por el INTA (Elverdín y otros, 2005), a través del Centro de Investigación para la Pequeña Agricultura Familiar (CIPAF), que considera a la Agricultura Familiar como: “un tipo de producción donde la unidad doméstica y la unidad productiva están físicamente integradas”. La agricultura es un recurso significativo en la estrategia de vida de la familia, donde la familia le aporta la fracción predominante de la fuerza de trabajo utilizada en la explotación y la producción se dirige tanto al autoconsumo como al mercado.

Obschatko y otros(2007) proponen una definición cualitativa sobre la Agricultura Familiar, considerándola como “una forma de vida y una cuestión cultural, que tiene como principal objetivo la reproducción social de la familia en condiciones dignas, donde la gestión de la unidad productiva y las inversiones en ella realizadas es hecha por individuos que mantienen entre sí lazos de familia. La mayor parte del trabajo es aportada por los miembros de la familia; la propiedad de los medios de producción (aunque no siempre, la tierra), pertenece a la familia y es en su interior que se realiza la transmisión de valores, prácticas y experiencias” tiene en cuenta la diversidad de actores que se cobijan bajo la denominación de AF (agricultura familiar) que significa como también, la variedad de actividades (productivas, extractivas y de servicios), que se realizan, pero fundamentalmente rescata una “forma de vida”, una “cuestión cultural”, un ejercicio de la práctica social misma en co-evolución con el medio ambiente y la naturaleza.(Paz,1988)

El CIPAF NOA, del INTA (Elverdín y otros,2005), reafirma entonces que: “La Pequeña Agricultura Familiar (PAF) es una forma de producción y un modo de vida que reviste gran importancia para el desarrollo de nuestra sociedad, entre otras cosas por el aporte a la soberanía alimentaria, la generación de empleo, el arraigo rural y la salud ambiental”.

Ante este concepto de Agricultura familiar la población en estudio del presente trabajo estaría dentro del mismo, ya que los productores comparten su unidad doméstica con la productiva, se entrelaza lo afectivo a nivel familiar con lo productivo y su forma de producción es agroecológica. Lo que los une más fuertemente es la producción saludable, respetando el ambiente y compartiendo en familia un espacio de producción.

La agricultura familiar agroecológica, vista como una alternativa para las comunidades rurales, constituye una alternativa y, en algunos casos, la única para la recomposición social de las comunidades. Trabajar en el desarrollo de proyectos de agricultura familiar y ecológica no sólo fortalece los lazos de los núcleos familiares, sino que garantiza el desarrollo de acciones de conservación de nuestra biodiversidad y mantiene la sostenibilidad de los recursos naturales, para las generaciones futuras. La seguridad alimentaria, la agricultura ecológica y la reconversión de prácticas agrícolas son posibilidades para ofrecer más y mejores condiciones a nuestras poblaciones, para ratificar el compromiso con la vida. (Sánchez Osorio, M J, 2011)

## 2.5 Economía social

La economía, en su expresión más profunda y abarcativa, es el sistema que se da en una comunidad o en una sociedad de comunidades e individuos, para definir, generar y administrar recursos a fin de determinar y satisfacer las necesidades legítimas de todos sus miembros (Coraggio, 2003)

La economía es un sistema de instituciones y prácticas. El problema económico no es un problema de cálculo en la asignación de recursos escasos a fines múltiples, sino que la economía es un sistema concreto e históricamente determinado de instituciones, de prácticas y de actores en conflicto. (Coraggio, 2010)

La sociedad moderna ha desarrollado una serie de instituciones que se aceptan con naturalidad y forman parte de la cotidianeidad. El mercado es otra institución y el modo en que se intercambia allí representa prácticas concretas, orientadas por costumbres que se repiten o por valores que están detrás de las decisiones que toman los actores del citado mercado: si son solidarios o egoístas; si son competitivos o cooperativos; si son o no, responsables éticamente por las consecuencias de sus decisiones sobre otros.

La economía es un proceso que evoluciona, que tiene su propia dinámica, que tiene sus propias leyes de las que se derivan reglas de acción. Al hablar de economía, no se hace referencia sólo a la moneda de uso corriente, sino al conjunto de interacciones dentro de una comunidad donde circulan bienes y servicios.

Aún, a pesar del rol subsidiario que asigna el Estado la teoría económica neoclásica, debe reconocerse que históricamente sin la acción de este, no se hubiesen creado las condiciones para el desarrollo del mercado. (Coraggio, 2010)

En los países desarrollados, el Estado mantiene un programa de subsidios (con particularidades específicas en cada país o bloque), para las producciones familiares con el objetivo de disminuir aún más el costo de los alimentos; facilitarles acceso a las tecnologías que permitan aumentar la producción y estimular la permanencia de los agentes en este sector productivo. Este tipo de agricultura familiar se encuentra altamente inserta en un mercado con capacidad de responder a políticas gubernamentales e incorporar avances técnicos. (Abramovay, 1992)

Los agricultores familiares poseen una racionalidad económica que persigue la satisfacción de necesidades materiales a partir de la adaptación a las diversas condiciones ambientales, donde sociedad – naturaleza, son partes de una misma colectividad. (Florit, 1996)

Quizá, el principal punto de ruptura con el paradigma tecnológico, entre un estilo de manejo, basado en el monocultivo típico de la agricultura industrializada que llevan adelante los productores de la región pampeana y el otro, agroecológico, que proponen otro tipo de agricultores, se centre en los contenidos históricos vividos y asimilados como forma de conciencia. Algunos la adoptaron como una necesidad de reducir costos; pero en cualquier caso, una vez alcanzada la toma de conciencia de lo que supone la

dependencia del modelo agroindustrial, su grado de “agroecologismo”, es bastante alto. Existe una clara tendencia a diversificar al máximo la producción con la utilización múltiple del territorio; a incorporar a la familia en el trabajo rural garantizando de esta forma, la reproducción social de la granja, el autoconsumo y la estructura organizativa en, y entre las familias. (Ottman, 2005) Es necesario, entonces, identificar los paradigmas, sean o no los predominantes y en base a ello, crecer y fortalecerse dentro de cada uno donde pueda “jugar” y “permanecer” en el territorio construido.

Por estas características y su potencialidad, es que la agricultura familiar puede conducir a modelos más sustentables y a producciones agroalimentarias compatibles con el medio ambiente.

El sistema agroalimentario argentino se debate en los últimos años en una situación difícil de comprender; por un lado la modernización del sistema productivo, los aumentos de la producción y productividad sobre todo en el sector agrícola, mayor dinamismo en el procesamiento y comercialización de los productos de la tierra; y por otro se suceden a la desaparición de unidades productivas, a una mayor dependencia del sector primario respecto de la demanda inmediata (industria y distribución) y su consecuente pérdida de autonomía ;etc. ( Velarde, 2004)

Han resurgido en Argentina, la iniciativa y la creatividad de una ciudadanía capaz de autoconvocarse, de reactivar y organizar autónomamente sus capacidades de trabajo y medios de producción desechados, resolviendo eficientemente necesidades legítimas que el mercado actual no considera atendibles.

Esas iniciativas y otros mercados se potenciarán en el seno de un sistema reflexivo de Economía Social. Se trata entonces de una opción estructural que implica un cambio cualitativo de la economía, que beneficiará al conjunto de la sociedad, generando más democracia, así como recursos que favorecerán la competitividad del sector empresarial y la viabilidad económica del Estado.(Coraggio, 2010)

Los activistas, los promotores y asistentes sociales, las iglesias, los funcionarios en programas para microempresas, saben que ya no sirven el asistencialismo y el tratamiento parcial de problemas complejos como el desarrollo social o la competitividad y están dispuestos a formarse en estos nuevos enfoques. Los reasegura la revitalización y readecuación de la economía social (ahora llamada social y solidaria), en los países del norte, cuyos sistemas de seguridad social no pueden atender ya las consecuencias del desempleo permanente.

Se trata, entones, de una propuesta estratégica de alcance global. Dicha propuesta podrá acortar el tiempo de su efectivización; si hay coherencia entre discurso y práctica de parte de las instancias gubernamentales a favor del desarrollo de una lógica de economía social; si los sindicatos de trabajadores productores de bienes públicos, asumen la necesidad de revisar sus plataformas de lucha –derechos y responsabilidades- y si una coalición significativa de los partidos políticos, los movimientos sociales y las organizaciones de la sociedad civil, asumen este mismo marco estratégico.(Coraggio, 2010)

Para ello, la definición de autogestión, se entiende como al conjunto de prácticas sociales que se caracteriza por la naturaleza democrática de las tomas de decisiones, que favorece la autonomía de un “colectivo”. (Albuquerque, 2004). Es un ejercicio de poder compartido, que califica las relaciones sociales de cooperación y de organización entre personas y/o grupos, independientemente del tipo de estructuras organizativas o actividades, dado que expresan intencionalmente relaciones sociales más horizontales y organizadas. El carácter multidimensional del concepto de autogestión (social, económico, político y técnico), remite a pensarlo como mucho más que una simple modalidad de gestión. Sin embargo, la referencia a una forma de organización de la acción colectiva, desde esta perspectiva, no se da linealmente, pues la apropiación de espacios colectivos es llevada a cabo de varias maneras y la referencia a la organización de la acción colectiva necesita ser cualificada.

En primer medida la autogestión debe ser percibida como resultado de un proceso capaz de engendrar acciones y resultados aceptables para todos los individuos y grupos que dependen de ella; la segunda remite a lo económico y se asienta sobre procesos de relaciones sociales de producción, que se definen según prácticas que privilegian el factor trabajo en detrimento del capital; la tercera es política y se fundamenta a partir de sistemas de representación cuyos valores, principios y prácticas favorecen y crean condiciones para que la toma de decisiones sea el resultado de una construcción colectiva que pase por el poder compartido (de opinar y decidir), de modo de garantizar el equilibrio de las fuerzas y el respeto a los diferentes actores y roles sociales de cada uno dentro de la organización; la cuarta dimensión es técnica e insinúa la posibilidad de otra forma de organización y de división del trabajo. (Albuquerque, 2004)

## **2.6 Territorio**

El territorio en esta nueva perspectiva de visualizar los sistemas agroalimentarios localizados (SIAL) no es un simple soporte de actividades económicas o un marco de localización de los agentes. Se trata de un espacio construido histórica y socialmente, donde la eficacia de las actividades económicas es fuertemente condicionada por los lazos de proximidad y pertenencia en este espacio. El territorio es, entonces, un resultado, no un dato. (Abadalejo, 2004).

El rol de la biodiversidad en los agroecosistemas permite preservar el reciclaje de nutrientes, la regulación biótica y la conservación del agua y el suelo. Este tipo de propuesta, la de fortalecer el mercado de estos productores, provee además, variabilidad de recursos genéticos, propios, silvestres y/o cultivados. Ante tal situación, este tipo de economía regional dominante será un desafío para todos aquellos actores que quieran comprometerse en el mismo.

El desarrollo rural observado desde la perspectiva de las empresas familiares demanda más allá del análisis técnico económico, una perspectiva totalizadora, única capaz de reflejar las múltiples estrategias en juego para su permanencia.

Se trata de un proceso de construcción social, por lo que se requiere de la participación de todos los actores locales en la definición de la estrategia como forma de lograr su compromiso en dicho proceso y la apropiación de éste. La participación activa de la comunidad es la que permite y favorece el inicio de procesos de desarrollo equitativos y sostenibles en el tiempo (Rozenblum, 2006).

El hecho de sólo ver un territorio de manera parcializada, sectorizada, o verlo como un todo, lleva a la búsqueda de mecanismos que favorezcan una coordinación interinstitucional eficiente de las diferentes políticas, programas e instrumentos de fomento y una gestión de conjunto de éstas, evitando la duplicación de esfuerzos y el despilfarro de recursos y permitiendo divisar las vinculaciones existentes entre las distintas actividades que se realizan en el territorio.

Estos desafíos que se le plantean al enfoque, resaltan la necesidad de tener en cuenta las diversas acciones que deben integrar una estrategia de desarrollo de un territorio. El enfoque territorial permite, pues, dar a cada situación concreta un intervención adecuada según sus recursos, circunstancias y capacidades potenciales de desarrollo." (Alburquerque, 2002)

Abadalejo (2004), ha desarrollado el concepto de innovación discreta, abriendo un campo de análisis de gran importancia donde se involucra una visión antropológica que permite identificar a los actores concretos, en su diversidad y su carácter situado, ante los desafíos que se presentan.

También este autor menciona el concepto de amenidad: que la define como a una especificidad de base territorial susceptible de ser valorada. Una amenidad es específica de un territorio y no, de otro. Se va formando colectivamente. Proceso de valorización de amenidades: es reconocimiento social, es una condición necesaria, presupone una organización y acción colectiva, se transforman en un recurso al ser internalizadas en unos productos (inclusión, incorporación), a través de un proceso de cualificación. El turismo, por ejemplo, es consumidor insaciable de amenidades territoriales y sólo se transforma en una actividad para el desarrollo sustentable si creatividad y consumo se equilibran. (Bustos Cara R, y otros, 2004).

El rescate de la identidad de los pueblos es una condición necesaria para hacer frente a los desafíos que suponen trabajar desde la perspectiva de desarrollo local.

Los productores que forman parte de este estudio de casos, implementan una forma distinta de recuperar especies "perdidas", logrando rescatar especies silvestres y comestibles y darles valor agregado a los frutos cosechados (mermeladas de mburucuyá, pickles de mburucuyá, jalea de tomaco, entre otros).

La organización de la producción a partir de la integración eficiente y eficaz, en cada proceso y nivel, de la agregación de valor de unidades productivas familiares y/o domésticas de asentamiento local,

es una estrategia adecuada para aumentar la capacidad competitiva en este tipo de sistemas y puede orientarse a la construcción de una "cadena de valor microregional". (Bustos Cara R y otros, 2004)

Esta forma de intervención se vincula íntimamente con la organización socio comunitario en expresiones sociales que superan el asociativismo e involucran la construcción de pactos y estrategias más allá de lo productivo y/o comercial. En esta dimensión, lo tecnológico y financiero se entrelazan con lo cultural y antropológico, complejizando la práctica de la extensión y forzando a recurrir al desarrollo de marcos teóricos y procedimentales complejos, de construcción multidisciplinaria y abordaje sistémico.

Así se piensa, a través de la intervención de los extensionistas, generar dinámicas de grupos, o acciones colectivas de tipo comunitarias para mejorar la oferta al mercado, negociando y buscando una marca registrada (colectiva), apuntando a la autogestión (organización grupal). Pichón Riviere (1985), entiende que un grupo es un conjunto restringido de personas que, ligadas por constantes espacios temporales, articulados en su mutua representación interna, se propone en forma implícita y explícita una tarea que conforma su finalidad, interactuando a través de complejos mecanismos de asunción y adjudicación de roles.

Así, de acuerdo con el marco teórico de la psicología social, la meta de los grupos operativos es aprender a pensar. En efecto, no puede perderse de vista que el pensamiento y el conocimiento son producciones sociales.

La tarea es el proceso por el cual los integrantes de un grupo recorren un camino, superando el aislamiento individualista, cuestionando las certezas, pudiendo integrar los aportes de otros. Es un proceso creativo y su riqueza radica en el proceso en sí, donde lo importante, es el paso mismo de construcción de una nueva estructura vincular. Es posible enunciarla como una superación dialéctica del caos. La tarea es un acto creativo que se realiza en un cuestionamiento de lo familiar, trabajando sobre la comunicación, sobre las fantasías, deseos, ideologías, etc. y que a su vez implica atravesar obstáculos que generan un estancamiento en el aprendizaje y un deterioro en la comunicación.

Es por ello que en este territorio se entrelazan varios actores, poniendo énfasis en una dinámica propia de una realidad relacional, construida a través del tiempo y en la cual los propios actores intervienen produciendo bienes tangibles e intangibles. Como decía Bourdieu (1994), es necesario que haya “ algo” en juego y gente dispuesta a jugar, que esté dotada de habitus que implica el conocimiento y reconocimiento de las leyes inmanentes al juego, de lo que está en juego, etc. (Gutiérrez, 1994)

### **Necesidades humanas: del enfoque lineal al enfoque sistémico**

Las necesidades humanas fundamentales conforman un sistema en el que no cabe establecer linealidades jerárquicas. Esto significa, por una parte, que ninguna necesidad es *per se*, más importante que

otra y por otra parte, que no hay un orden fijo de precedencia en la actualización por ejemplo, no podemos confirmar que una necesidad equis sólo puede ser satisfecha luego de que la necesidad beta haya sido satisfecha.

Simultaneidades, complementariedades y compensaciones son características de la conducta del sistema. Existen, sin embargo, límites para esta generalización. Es preciso reconocer un umbral presistema, por debajo del cual, la urgencia por satisfacer una determinada necesidad llega a asumir características de urgencia absoluta. El caso de la subsistencia es el más claro. Cuando esa necesidad está infrasisfecha, toda otra necesidad queda bloqueada y prevalece un único impulso. Pero el caso no es sólo válido para la subsistencia. Es igualmente pertinente para otras necesidades. La ausencia total de afecto o la pérdida de identidad, puede llevar a las personas hasta extremos de autoaniquilación. (Max-Neef, 1993)

Un análisis de diferentes variables, realizado a partir de estudios de la CEPAL (Centro de estudios para América Latina) le ha permitido a Rodríguez (2005) clasificar las explotaciones agrícolas en Latinoamérica de la siguiente manera:

a. Explotaciones campesinas de subsistencia: minifundio, el destino principal de la producción es el autoconsumo, presentan una clara diversificación de actividades (desarrollo de actividades no agropecuarias como venta de artesanías y/o empleo asalariado fuera del predio), con el fin de complementar los ingresos.

b. Explotaciones familiares: el tamaño promedio varía según el país o región, utiliza mano de obra familiar, el destino principal de la producción es el autoconsumo, pero algún excedente puede ser destinado al mercado; algunos miembros del hogar suelen trabajar en actividades agrícolas o, no agrícolas fuera de la explotación.

c. Pequeña agricultura comercial o en transición: el tamaño promedio varía según el país o región, utiliza mano de obra familiar y, marginalmente, trabajo asalariado, orienta su producción básicamente al mercado, presenta algún grado de especialización productiva, poseen activos y capacidades que les otorgan algún potencial de acumulación y una posición de transición hacia formas empresariales.

d. Agricultura empresarial capitalista, donde se emplea mano de obra salarial permanente, con técnicas modernas de producción y una mayor integración al mercado.

Esta clasificación conceptual, permite diferenciar teóricamente, cuatro grupos de productores presentes en el agro latinoamericano. Sin embargo, se observa que arribar operativamente a esta tipología puede resultar complicado, puesto que el autoconsumo, el nivel de ingresos y las actividades fuera del predio, son variables no fáciles de encontrar en los censos agropecuarios de la región. (Rodríguez, 2005).

Considerando la clasificación anterior, es muy difícil incorporar a la población en estudio, en algunas de dichas tipologías. En realidad, la población a estudiar tiene poca superficie propia (sólo tres productores cuentan entre 3 y 8 ha para este tipo de actividad), y a algunos se los tendría que incorporar dentro de la clasificación b), otros en la c) y sólo un productor en la tipología d). Es decir que son

heterogéneos, no sólo por el tipo de producción, sino también por los capitales simbólicos, culturales y sociales.

### **Desde la mirada agroecológica**

Altieri(1999), define a la Agroecología como una ciencia que estudia los principios sobre los cuales se debe basar el diseño de una agricultura sustentable; es decir, una agricultura que sea ambientalmente sana, que sea diversificada y que rompa el monocultivo para que así, no dependa de insumos agrotóxicos externos que son caros y ecológicamente peligrosos. Pero, la construcción de esta nueva agricultura también busca la viabilidad económica y la justicia social. Por esta razón, la agroecología debe complementarse con políticas agrarias que busquen la seguridad alimentaria, la conservación de los recursos naturales y la eliminación de la pobreza rural; lo que se denomina una agricultura sustentable. Cada institución debe sumar, por eso se habla de complementar.

La idea de la agroecología es ir más allá del uso de prácticas alternativas y desarrollar agroecosistemas con una dependencia mínima de agroquímicos y subsidios de energía, se trata de enfatizar sistemas agrícolas complejos, en los cuales las interacciones ecológicas y los sinergismos entre sus componentes biológicos proveen los mecanismos para que los sistemas subsidien la fertilidad de su propio suelo, la productividad y la protección de los cultivos.

Los agroecosistemas son comunidades de plantas y animales que interactúan con su ambiente físico y químico que ha sido modificado para producir alimentos, fibra, combustible y otros productos para el consumo y procesamiento humano.

La agroecología es el estudio holístico de los agroecosistemas, incluidos todos los elementos ambientales y humanos. Centra su atención sobre la forma, la dinámica y función de sus interrelaciones y los procesos en el cual están envueltas.

El agroecólogo, desempeña una actividad técnica e intelectual, en general, que difiere de ser un pensamiento técnico puro. Desde que articula su conocimiento científico con el conocimiento local, desafiando a aquel, pasa a integrarse en un proceso de transformación, que es un actor que participa en luchas políticas concretas, queriendo obtener la legitimización de su comunidad. (Sevilla y et al, 2003).

La acción social colectiva en agroecología pretende ser la categoría intelectual producida en y por el cambio histórico, como proceso de ecologización; cambio al que lo social asiste conscientemente, integrándose en cada estructura de intereses de grupo con potencial endógeno humano. La primera lección consiste en aprender a interactuar y a organizar.



Los pequeños productores de los cuales se está hablando, no cuentan con mucha superficie, desde 0.100 ha hasta 5 ha, dependiendo de la ubicación en el Distrito y en el Departamento Belgrano. Pretenden una agricultura sustentable, ambientalmente sana, diversificada con capacidades diferentes para interactuar.

Este grupo de productores agroecológicos que producen alimentos saludables, tienen valores, cualidades y experiencias comunes que están en permanente construcción y reconstrucción dentro de los nuevos contextos y situaciones históricas y no puede concebírsela como algo fijo e inmutable. Las identidades que son el asunto del “ser” como del “llegar a ser”, están sujetas al continuo cambio de la historia, de la cultura, del poder, de las prácticas, de las relaciones cotidianas y de los símbolos e ideas existentes. La identidad no es sólo lo “qué somos” sino también lo “que queremos ser”. (Di Pietro, 1999)

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS**

#### **3.1. Definición del problema**

##### **Las Políticas públicas como antecedente**

A partir de 1983, se observó en Argentina un complejo proceso político que consistió en el pasaje de un Estado Burocrático-Autoritario (O' Donnell, 1984) a un Estado democrático. Por otra parte, a medida que el modelo económico basado en el mercado interno entraba en una crisis cada vez más incontenible, se planteó la necesidad de la reforma estatal y de la reformulación de las políticas públicas.

Si bien, el gobierno radical (1983-1989), tuvo por objetivo primordial democratizar las estructuras de gobierno, inició -a partir de la vigencia del Plan Austral- políticas de reforma estatal basadas en los acuerdos del año 1986 de Argentina, con el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial de Berlín. La implementación de estas reformas estructurales solo se concretó en forma limitada.

La crisis fiscal y estatal que tuvo como expresión la desaparición de la moneda durante el proceso hiperinflacionario clausuró una etapa histórica y planteó la necesidad, o la urgencia de una profunda reorganización del Estado y de sus políticas. La política pública puede entenderse como un proceso lineal y secuencial en términos analíticos, pero en la realidad, aparece como un accionar dinámico sujeto a acciones y reacciones, a consensos y conflictos entre los diversos actores que intervienen. (Martínez Nogueira, 1997)

La política pública ocupa un espacio destacado en la compleja articulación entre el Estado y la sociedad civil. La misma es formulada por el Estado y se propone impactar en la sociedad. La administración pública está a cargo de las acciones necesarias y posee los recursos para la implementación de las políticas y programas gubernamentales.

##### **Crisis 2001**

La crisis de diciembre de 2001 en Argentina fue financiera y política, generada por la restricción a la extracción de dinero en efectivo de plazos fijos, cuentas corrientes y cajas de ahorro denominada *Corralito*, que causaron la renuncia a la presidencia de Fernando de la Rúa el 20 de diciembre de 2001 y llevaron a una situación de acefalía presidencial. La mayor parte de los participantes de dichas protestas fueron autoconvocados, que no respondían a partidos políticos o movimientos sociales concretos. (Legrain, 2001)

Fernando de la Rúa había asumido en 1999 en medio de una época de recesión, en parte favorecida por la Ley de Convertibilidad, vigente desde 1991, que fijaba la paridad del peso de Argentina y el dólar estadounidense. Si bien, dicha política económica había resultado efectiva durante los primeros años del gobierno de Carlos Menem, a partir de 1997 comenzó a demostrar sus falencias y para mantenerla se necesitaba el ingreso de divisas. En un principio, éste fue equilibrado por los ingresos a partir de las privatizaciones de empresas estatales y las pérdidas que estas ocasionaban. No obstante, cuando ya no ingresó el dinero suficiente al país, debido principalmente al bajo precio internacional de los granos, Menem, Presidente en aquel momento, debió refinanciar la deuda a intereses más altos para mantener la ley.

Con posterioridad, el Presidente De la Rúa, había decidido mantener la Ley de Convertibilidad, tal como fue prometido en su campaña electoral del año 2000, lo que provocó que la situación financiera fuera cada vez más crítica y se aplicaron medidas como el blindaje o el megacanje, que consistían en endeudamiento exterior.

La inestabilidad económica de aquel momento se confirmaba por los constantes cambios en el Ministerio de Economía, desde José Luis Machinea (de 1999 a marzo de 2001), Ricardo López Murphy (de marzo 2001 a abril de 2001), hasta, por último Domingo Cavallo (de abril a diciembre 2001). Cabe recordar que Domingo Cavallo ya había sido Ministro de Economía entre 1991 y 1996, durante el gobierno de Carlos Menem y había impulsado la Ley de Convertibilidad. La crisis llegó a un punto insostenible el 29 de noviembre de 2001, cuando los grandes inversionistas comenzaron a retirar sus depósitos monetarios de los bancos y, en consecuencia, el sistema bancario colapsó por la fuga de capitales y la decisión del FMI de negarse a refinanciar la deuda y conceder un rescate.

Para contrarrestar la fuga de capitales, que ascendió a 81.800 millones de dólares, el 2 de diciembre se emitió un mensaje en Cadena Nacional donde Cavallo anunciaba la nueva política económica en la que introducía restricciones al retiro de depósitos bancarios, denominada popularmente como *Corralito*. En un principio, en la medida tomada se dictaminaba que el ahorrista sólo podía retirar 250 pesos por semana. Se estimaba que esta medida sólo duraría 90 días aproximadamente, pudiéndose sólo hacer pagos con cheques.

La reacción popular fue muy negativa, especialmente la de la clase media (teniendo en cuenta que la cifra de la restricción de retiros de 1.000 dólares mensuales era superior a los ingresos de la mayoría de la población), por lo que la crisis económica también desembocó en una crisis política. Durante todo diciembre del 2001, hubo protestas sociales, aunque las más importantes estallarían los días 19 y 20 de diciembre de ese año, tornándose la posición de De la Rúa inestable.

La Iglesia Católica intentó una mediación entre la oposición y el gobierno a mediados de diciembre, sin embargo fracasó.

## **El estallido social**

El presidente Fernando de La Rúa declara el estado de sitio por cadena nacional la noche del 19 de diciembre de 2001. Ese mismo día, hubo importantes saqueos a supermercados y a otra clase de tiendas en distintos puntos del conurbano de la ciudad de Buenos Aires y del interior. Frente al estado de sitio salieron miles de personas a la calle a protestar contra la política económica del Gobierno que había establecido un límite a la extracción en efectivo del sueldo, con el objeto de bancarizar la economía y mantener recursos dentro del sistema financiero. Muchas protestas se llevaban a cabo golpeando cacerolas, por lo que se las denominó Cacerolazos.

Se sucedieron también protestas durante la madrugada del 20 de diciembre, frente a la casa del Ministro de Economía Domingo Cavallo y en la Plaza de Mayo, que fueron reprimidas. A pesar del estado de sitio decretado por De la Rúa, las calles de Buenos Aires y de otras ciudades del país se llenaron de protestas. En la madrugada, renunció el ministro de Economía Domingo Cavallo.

Alrededor de las 19 horas del día 20 de diciembre del 2001, el presidente De la Rúa renunció luego de que fracasaran sus intentos políticos de salvar al Gobierno, y salió de la Casa Rosada mediante un helicóptero.

El movimiento de la gente provocó en primer lugar, la renuncia de Fernando de la Rúa, lo que no frenó la crisis política. El día 20 de Diciembre se hacía cargo del poder ejecutivo el presidente de la Cámara de Senadores, del partido opositor, Ramón Puerta, quién convocó a una asamblea legislativa para elegir un nuevo presidente.

El día 23 asumió la presidencia Adolfo Rodríguez Saá, también del partido opositor. Entre sus medidas, estaba la suspensión del pago de la deuda externa, anuncio que fue hecho en el Congreso y acompañado por aplausos por parte de los presentes. Además, prometió que sería reintegrado el dinero sustraído a los ahorristas (hecho que nunca sucedió) y la creación de un millón de puestos de trabajo, a través de los denominados Planes Trabajar. También prometió un Presupuesto 2002 austero y un plan de trabajo integral.

El 30 de diciembre renunciaba Rodríguez Saá, alegando falta de apoyo político, lo que desencadenó una nueva ola de inestabilidad en el país.

El 2 de enero de 2002 asumía Eduardo Duhalde, el candidato a presidente del partido de la oposición que había perdido ante De la Rúa en 1999, como presidente interino, anunciando que serían devueltos los montos de dinero sustraídos a la población en la misma cantidad en que habían sido depositados, con la frase: “el que depositó dólares, recibirá dólares”, en la misma moneda en que éstos habían sido efectuados, así garantizaba la paz social y el fin de la controvertida Convertibilidad.

Eduardo Duhalde, presidente interino luego de los disturbios en su discurso de asunción sintetizaba la situación socio-económica de la siguiente forma:

*“No es momento, creo, de echar culpas. Es momento de decir la verdad. La Argentina está quebrada. La Argentina está fundida. Este modelo en su agonía arrasó con todo. La propia esencia de este modelo perverso terminó con la convertibilidad, arrojó a la indigencia a 2 millones de compatriotas, destruyó a la clase media argentina, quebró a nuestras industrias, pulverizó el trabajo de los argentinos. Hoy, la producción y el comercio están, como ustedes saben, parados; la cadena de pagos está rota y no hay circulante que sea capaz de poner en marcha la economía.” (Duhalde, 2000, extracción discurso oficial).*

El gobierno de Duhalde pudo, en parte, estabilizar la economía, aunque la crisis social persistió. Se puede citar como ejemplo de una importante protesta la Masacre de Avellaneda, del 26 de junio de 2002. Retomando la idea de los planes Trabajar propuestos por Rodríguez Saa en el año 2001, en el nuevo escenario político se propone continuar con estos bajo una nueva modalidad denominados Plan de jefes y jefas de hogar (PJyJH). Este plan es reglamentado por Resolución 312/02 del Ministerio de Trabajo que fue planteado originalmente en los textos como una política para asegurar un derecho familiar de inclusión social.

Los fundamentos de esta resolución hacían referencia a que, frente a la actual coyuntura económica y financiera de la República Argentina de altísimo contenido crítico, se declare la emergencia en materia social, económica, administrativa y cambiaria, siendo de público y notorio conocimiento la gravísima crisis que afectaba a nuestro país. Se alcanzaban niveles de pobreza extrema, agravados por una profunda parálisis productiva, donde resultaba obligatorio instrumentar las medidas necesarias y adecuadas para paliar la difícil situación por la que atravesaba un importante sector de la población.

Los beneficiarios se incorporaban a esos proyectos, conforme a un listado orientativo de actividades. Los municipios eran los responsables de asignar los beneficiarios de los proyectos o actividades, garantizando el efectivo cumplimiento de la prestación y debían informarles sobre las actividades que les proponían realizar en concepto de contraprestación, indicando lugar de tareas, horarios y otras características.

Aquí, es que, a partir de políticas nacionales; en la ciudad de Las Rosas, departamento Belgrano, provincia de Santa Fe de los 400 planes asignados 100 planes de jefes y jefas de hogar son propuestos por el Municipio para acceder a huertas comunitarias.

Desde sus inicios, el PJyJH arrastró una ambigüedad en los objetivos: ¿era un programa de sostenimiento de ingresos o una política de empleo? Si lo analizamos desde el impacto de la crisis nacional trasladada a Las Rosas, los jefes afectados a huertas, de los 100 planes, continuaron durante 3 años consecutivos sólo 60 personas. Actualmente, luego de 10 años, sólo 5 personas (mujeres), continúan con la propuesta de aquel momento, trabajando en espacios de huertas familiares y comunitarias.

Hoy, los planes de jefes y jefas de hogar son denominados *asignaciones familiares*, cuyo requisito para cobrarla es tener vacunados a los hijos, asegurarles la asistencia continua a la escuela y no realizar contraprestación alguna.

Desde el año 2001 aproximadamente, a nivel país, con la crisis socio-económica de aquel entonces, surgen demandas en Las Rosas y localidades vecinas también observándose ciertas problemáticas relacionadas con la falta de trabajo y acceso a oportunidades laborales en la zona.

Frente a esta situación, desde Prohuerta (INTA-MDSN), se proponen y se generan acciones de trabajo para acompañar y resolver esas problemáticas, como por ejemplo la promoción de políticas de inserción laboral conjuntamente con la Municipalidad de Las Rosas.

Dentro de este marco de políticas, se conformaron en un primer momento los clubes de trueque, definidos por los participantes como espacios de intercambio de productos, bienes y servicios sin el uso de circulante monetario. Esta modalidad se mantuvo aproximadamente por cuatro años, desde 2000 al 2004.

A nivel nacional, las políticas promovieron la generación de planes de ayudas como los planes Trabajar, I, II y III y Jefes de Hogar y Planes de Capacitación con subsidios, destinados a capital de infraestructura, como por ejemplo Componentes Materiales Manos a la Obra. Quienes accedían a los mismos, estaban las amas de casa sin oportunidad de acceso a trabajo formal.

Los pequeños productores de agroalimentos que formaron parte de los planes jefes y jefas de hogar (60 personas), están limitados en su evolución a causa de la no articulación de sus producciones con el mercado local, debido a que son pequeñas producciones que no permiten manejar volúmenes de mercadería, de los cuales ellos podrían poner en valor monetario sus producciones.

Fue bajo este contexto, donde adquirieron protagonismo dos estrategias a través de políticas públicas diferentes para hacer frente a la crisis y que a la vez, se presentaron con el supuesto objetivo de brindar “inclusión social”. La primera, surgida desde la sociedad civil: el Trueque y la segunda, desde el Estado: el Programa Jefas y Jefes de Hogar Desocupados (PJyJ). Ambas se constituyeron en espacios que adquirieron una dimensión relevante (dos millones de personas cada una) y una importante visibilidad pública y mediática.

Por un lado, el trueque, si bien había nacido en 1995 en un contexto de crisis de hiperrecesión, adquirió una relevancia pública y mediática sin precedentes durante la particular y compleja crisis del 2002.

En este momento alcanzó a cubrir casi dos millones de personas en todo el país, al presentarse como una estrategia de “inclusión social” propia de la sociedad civil, que nació y se mantuvo durante un largo tiempo al margen del Estado. En sus orígenes, para la mayoría de sus participantes denominados prosumidores, el trueque fue percibido como un refugio donde pudieron evitar la identificación como desempleados, apelando a un status sustituto, a una nueva identidad que los incluyó como actores económicos, pero con características diferentes al operar en un “nuevo mercado”. En paralelo, se constituyó en una vía útil -al menos durante un tiempo- para satisfacer necesidades materiales y hacer frente a los desafíos de la subsistencia de algunos de sus miembros.

Por otro lado, el PJyJ surgió en el 2002 y a pesar de las “innovaciones” que se plantearon desde el discurso oficial, representó en gran parte una continuidad respecto de los programas estatales de empleo transitorio, propios de la década del 90’ que se focalizaron en quienes iban quedando al margen del mercado laboral y a la vez tenían dificultades para reincorporarse. Así, a través del PJyJ, el Estado decidió generar una política donde se transfirieran ingresos a los jefes/as de hogares desocupados (\$150) a cambio del desarrollo de una actividad (contraprestación). De acuerdo con estos antecedentes, con la observación directa y la técnica de focus group (grupos focalizados), se visualizó como problemática principal, que los productos artesanales agroecológicos no son valorados en la medida en que ellos aspiran a la hora de insertarlos en el circuito formal de comercialización.

Por consiguiente, el problema se presenta de la siguiente manera:

*¿Por qué estos productores creen que sus productos alimenticios agroecológicos elaborados en forma artesanal no son valorados por el consumidor local y regional? ¿Se trata de una cuestión organizacional en cuanto a la forma de comercializar sus productos como ellos plantean?*

Desde el Programa Prohuerta<sup>1</sup> la intervención del técnico fue como observador directo.

En tal oportunidad los pasos fueron los siguientes: primero, el acercamiento mutuo de ambas partes, técnicos y productores agroalimentarios con enfoque agroecológicos que hoy constituyen la unidad de análisis.

Luego de varios encuentros, se fueron aplicando distintas técnicas de diagnóstico participativo, focus group (Sautú, 1999), donde se pudo delinear la estrategia de intervención a partir del problema que ellos planteaban. También se trabajó con dinámicas de grupos, en las que a partir de técnicas de motivación, se generaron muchas propuestas de resolución del problema en forma conjunta.

### **3.2 Objetivo General**

- ✓ Comprender, a partir de las estrategias de comercialización de los productores agroalimentarios, la creencia de que sus productos no son valorados en el mercado local-regional.

---

<sup>1</sup> El programa Prohuerta se implementó en el año 1990 apuntando a mejorar la calidad de vida de las familias involucradas.

<sup>2</sup> Los Planes Trabajar se diferenciaban porque eran cada 2 años los plazos de ejecución de este tipo de planes.

## Objetivos específicos

- ✓ Identificar tipos de producciones agroalimentarias.
- ✓ Descubrir las estrategias de comercialización que estos productores llevan a cabo como forma organizacional.
- ✓ Describir las formas de autogestión que se manifiesta a partir de la forma de organización.
- ✓ Promover la articulación con instituciones para generar políticas públicas de acceso a los circuitos de comercialización de los actores en cuestión

### 3.3. Justificación/Fundamentación

Durante estos años de trabajo, con actores participantes del Pro huerta, (desde 1993 al 2009), se ha logrado junto con las familias involucradas, que a través de la planificación en las huertas, puedan producir excedentes y anexarle valor agregado a sus productos, generando una salida laboral temporal.

Los productores agroalimentarios han participado en ferias locales, exposiciones zonales y regionales, ferias nacionales, pero la problemática se presenta a la hora de vender sus productos (en forma directa o a través de intermediarios) en el ámbito local, a pesar de ser muy reconocidos en todo tipo de eventos donde han participado.

La idea es que, de alguna manera, pudieran formalizar la venta, ya sea organizando las tareas de las familias, planificando distintos tipos de producciones alternativas, comprando insumos colectivamente, produciendo, complementando cantidad y calidad entre ellos, gestionando políticas locales para lograr los objetivos planteados.

A partir del año 2001, con la crisis, aumentó la desocupación, no sólo a nivel nacional sino también en las comunidades locales. Los actores que forman parte de la población en estudio demandan al INTA el acompañamiento para resolver algunas problemáticas difíciles de satisfacer. Desde esta problemática y generando talleres de Desarrollo Local con la participación de muchos actores involucrados, se gesta a partir de esa instancia una nueva forma de vender "algo", comenzando en muchos casos con los clubes de trueque con la articulación de instituciones locales, Municipios, Comunas, Cáritas, Centro de Jubilados, Parroquias, escuelas.

Este tipo de formalidad de venta sin dinero, ayudó a comprender la importancia de recuperación de saberes para intercambiar productos. Con capacitaciones e intercambios de experiencias, se formó una red social que aprendió a sistematizar, planificar y producir alimentos con las BMP (buenas prácticas de manufactura).

Los planes de contingencia y /o ayuda solidaria son insuficientes para generar un cambio en la economía de este sector. La falta de políticas públicas coherentes, va en detrimento de la competitividad



para producir y comercializar los productos de estos pequeños emprendimientos, y no puede entonces, establecerse en producciones viables en el corto y largo plazo.

Considerando esta una alternativa interesante de Fomentar la Cultura del Trabajo de la Tierra, se cree posible que a través de capacitaciones y aporte de herramientas de gestión de tipo organizacional, a los que se acercaron al INTA y Municipio se implementaría una forma de comenzar a comercializar sus productos, por ejemplo a través de una marca registrada, de tipo colectiva, que tenga impacto dentro de la comunidad y lograr a través de espacios de encuentros, formar un tipo de comunidad asociada que se podrían llamar: Consorcios de Productores hortícolas, avícolas, cunícolas. y que aumentando la cantidad de lo producido, puedan empezar a manejar producción, precios, y continuidad en el emprendimiento.

Es necesario que, a través de los agentes multiplicadores se siga promoviendo la propuesta de una alimentación saludable y fortalecimiento de lazos en las relaciones humanas, para evitar pérdidas de capitales culturales, o poder recuperarlos, incentivar los lazos sociales para que los actores, las familias y las comunidades recuperen y recreen su espacio perdido dentro del territorio, que tan arduamente han construido desde su llegada al mismo. (Alburquerque, 2002)

Por otro lado, desde otros sectores, actores de las comunidades educativas como son los docentes urbanos y rurales y, a través de espacios de encuentros, se comprometieron a trabajar desde las aulas para fomentar la cultura del trabajo, generando en los padres de los alumnos alguna inquietud para que reflexionen sobre una posible salida laboral; por la integración de los mismos a los grupos, a las instituciones en pos del Medio Ambiente, ya que este tipo de producción familiar con enfoque agroecológico está siendo legitimada en muchos ámbitos sociales.

La participación de este tipo de productores agroalimentarios con enfoque agroecológico (PPAA), en actividades de la AER Las Rosas y área de influencia de la AER y otras localidades del departamento Belgrano, han generado inquietudes y han solicitado acompañamiento para poder resolver de alguna manera, su problemática.

Así es posible encontrar un abanico de productores de este tipo de actividad, algunos hace años que producen y venden algo; otros, son más ambiciosos y permanentemente elaboran productos nuevos para lograr vender, otros estudian antes el proceso y analizan la posibilidad de obtener productos diferenciados, con calidad y con planificación previa. Cada uno de este tipo de productores que componen el estudio de caso, tiene un objetivo común: vender productos sanos, que las comunidades confíen en sus productos y, obtener ganancias de lo producido.

Independientemente de los sistemas políticos, económicos, socioculturales, o productivos, presentes en el sector agropecuario de Argentina y las localidades del interior como son las del departamento Belgrano, existen algunas variables que pueden contribuir a la diferenciación de la Agricultura Familiar de los demás grupos del sector y estas son: la extensión o dimensión del predio; la utilización de mano de obra

familiar; el lugar de vivienda; la fuente del ingreso, la comercialización de la producción, los tipos de producciones.

### **3.4. Supuesto que guía la investigación**

La creencia de la falta de valorización de los productos agroecológicos esta relacionada con la falta de apoyo institucional que legitime la actividad en el circuito de comercialización.

### **3.5. Definición de la muestra**

La presente investigación consiste en un estudio de casos de productores agroalimentarios con enfoque agroecológico del departamento Belgrano, durante el período 2001-2009.

Este estudio de casos se compone de 12 entrevistados productores agroalimentarios con enfoque agroecológicos (PPAA), que continúan con esta forma de producción desde 2001 hasta la actualidad, si bien en este estudio se abarcó hasta el 2009.

Siguiendo el criterio de selección de continuidad, permanencia en tiempo y espacio y con el objetivo común de *producir sano*, la saturación teórica de los casos abarcó solamente 12 de 25, que era la población total y con una distribución geográfica de 9 casos en el distrito Las Rosas y 3 casos ubicados en el distrito de Armstrong; según el criterio adoptado. (Ver FIGURAS 1 y 2)

Simultáneamente a la selección de los casos, cada 2 entrevistados se procedía al análisis de las entrevistas para determinar una reorientación del diseño cualitativo, en caso de ser necesario.

Si bien, el evento crítico que dio origen a esta forma de producción comenzó en el 2001, en algunos casos, la actividad productiva agroalimentaria comienza meses más tarde.

Esta investigación se hizo siguiendo un muestreo con saturación de datos teórica a productores agroalimentarios con enfoque agroecológico (PPAA) del Departamento Belgrano que producen y venden sus productos en el mercado local y regional en forma continuada, a través de entrevistas profundas, observaciones directas y resultados de sesiones grupales, focus group. En este caso, los datos extraídos de las técnicas aplicadas no fueron cuantificados, ya que la línea cualitativa seguida en este estudio no contempla la matematización. Por el contrario, se analizaron los puntos de vista de cada caso.

De los 12 casos, no todos formaron parte de todas las Políticas Públicas (PP), (ver CUADRO N°1); no todos participaron con la misma modalidad; algunos lo hicieron aprovechando el espacio del trueque donde no recibían contraprestación alguna, pero participaban en espacios de intercambio con bonos-crédito y otros de los entrevistados participaron en Políticas Públicas, con subsidios con contraprestación como por ejemplo, los planes Trabajar, PJJH, donde cobraban un monto y debían trabajar o prestar servicio en alguna

institución por cobro de dicho pago, y otros casos en donde se apoyaban producciones alternativas diferentes, ver CUADRO N°1.

CUADRO1. Participación de los casos en Políticas Públicas

Casos	POLÍTICAS PÚBLICAS					Otros
	Trueque	plan Trabajar	Jefes y jefas de hogar	Ferías	Producción Alternativa <sup>2</sup>	
1					X	
2	X	X	X	X		
3	X			X		
4	X			X		
5					X	X
6				X		X
7	X	X				X
8						X
9				X		X
10						X
11				X		X
12				X	X	X

Este cuadro corrobora la participación de algunos de ellos en muchas PP, otros en sólo una, y tienen que ver con el acceso a formar parte de las mismas para comercializar, ya sea a través de un plan (Trabajar o Jefes) con contraprestación o a través de otras políticas (trueques, ferias, producciones alternativas) que apoyen a diferentes producciones de las economías regionales.

<sup>2</sup> Promoción de cultivos especiales como arándanos, gírgolas, higo fresco.

### **Matriz principal de datos.**

<b>Unidad de análisis</b>	<b>Variable Principal</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Técnicas de análisis</b>
12 Productores agroalimentarios agroecológicos del Departamento Belgrano que venden en forma continua y sana (PPAA)	Estrategia de comercialización	Formas organizativas	Entrevistas profundas. Observación directa. Focus group
		Variedad de la producción	
		Formas de comercialización	

## **CAPÍTULO IV**

### **4.1 RESULTADOS**

#### **4.1.1 Caso 1**

La primera entrevista fue realizada a Susana G, proveniente de Capital Federal, productora de arándanos con enfoque agroecológico. Ella comenzó a reconstruir su espacio de producción agroecológica, luego de su divorcio, en primera instancia, capacitándose, en lo que respecta a jardinería y paisajismo y luego de recibir en herencia (unas 5 ha), proyectó producir algo diferente. Ese algo diferente, era producir frutas diferenciadas, frutas no “comunes”, un cultivo que no es de la zona pero que según sus estudios previos, sabía que implantaría en la zona, que ella considera algo distinto, algo nuevo, un desafío que sabe que costará mucho tiempo llegar a producir agroecológicamente sin obstáculos, de clima, de producción, de mercado. Continúa actualizada al respecto, permaneciendo siempre con la información no repetir nuevas variedades, técnicas de manejo del cultivo, cosecha, acondicionamiento, entre otras. A partir de entonces, por el año 2004, empezó a analizar el mercado argentino, el regional y superó algunos miedos. Por su forma de comenzar se podría concluir que es gestora de su propio emprendimiento.

Comenta que el arándano constituye uno de los principales cultivos en auge en este último tiempo. Es un fruto no tradicional muy apreciado en otros mercados, por su sabor, propiedades y características.

En Las Rosas y en el departamento Belgrano, es incipiente el conocimiento de sus propiedades y de su consumo que no es masivo como otras frutas. El cultivo del mismo, en forma intensiva es una alternativa de exportación y de consumo local viable, con un muy buen retorno de la inversión a largo plazo, debido principalmente a los ciclos de madurez de las plantas y la importante tecnología inicial que debe

realizarse. Requiere de soporte técnico y comercial y por ser delicado, de cuidados constantes, tanto en su plantación, como en la cosecha y selección.

Susana G. cuando se propuso implantar este cultivo, visitó fincas de Entre Ríos y aprendió el manejo del cultivo trabajando a la par de obreros y de otros productores. Luego del análisis de los factores ambientales y económicos, diseñó la plantación y el manejo de la producción y procedió al cultivo del fruto con los cuidados necesarios.

Hoy, luego de 5 años, produce arándanos. Y aunque la producción no amortizó el capital invertido, sabe que ese tipo de producción es lo que ella soñó hacer en la comunidad. Hoy Susana G. está sola en la gestión, con ayuda de vez en cuando de sus hijos. Debido a que el cultivo de arándanos tiene pocos meses de mano de obra, solo contrata mano de obra femenina para el mes de noviembre y diciembre, que es el momento de cosecha.

Finalmente, los arándanos son cosechados, seleccionados y empaquetados para su entrega en el mercado local y regional (verdulerías, particulares).

En la entrevista, se observan tres momentos transitados por Susana G., el primero el de aprendizaje, el segundo una de transición, y el tercero el productivo, desde la implantación hasta la cosecha para llegar al mercado.

Cuando comenzó, le llevó tiempo empezar a producir por el ciclo biológico del cultivo y además por mala calidad de agua de las napas de nuestra zona, así que, al 2º año sacó un crédito y adquirió una bomba extractora con sistema de ósmosis inversa que elimina los minerales perjudiciales para el cultivo. La preparación del suelo en el cultivo de los Blueberries-arándanos- es uno de los factores más importantes para el éxito de la plantación.

Comenta que este tipo de fruta requiere de suelos ácidos, bien drenados y que fundamentalmente, no retengan el agua anegándose por períodos prolongados.

El arándano demanda del suelo ciertas condiciones, siendo la principal el ph que debe ser mantenido entre 4.0 y 6.0 dependiendo de las variedades de plantas. El ph que es el potencial hidrógeno presente en los sustratos y que indican el grado de acidez o alcalinidad de los suelos/sustratos y cualquier otro elemento que hubiera menester, debe sostenerse con valores bajos debido a que el cultivo tiene un sistema radicular superficial; entonces el volumen de suelo a enmendar no sería grande.

Para el diseño de plantación, Susana G. se basó en plantaciones comerciales donde generalmente se establecen sobre camellones<sup>3</sup> separados entre sí a 3 metros de distancia y con una separación entre plantas que puede variar de 0,75 a 1,5 metro, lo que significa colocar 4400 a 2200 pl/ha. Susana G cuenta que la poda que se realiza en su plantación es de formación y no de fructificación<sup>4</sup>. Esta

---

<sup>3</sup> Camellones, tipo de preparación del suelo en forma de lomos.

<sup>4</sup> Tipos de podas, cortes que se le dan a las plantas en determinados momentos de su estado vegetativo y productivo.

se realiza al final de la estación de la fruta con el fin de mantener el arbusto dentro de una altura manejable para la cosecha.

Además deben eliminarse las ramas viejas improproductivas para permitir la entrada de luz, abriendo el centro de la planta.

El fruto del blueberry –arándano- es una baya (berry), de forma esférica que puede variar en variedades comerciales de 1 a 2 cm de diámetro, de color azul intenso y con una epidermis recubierta de una serosidad característica.

La mayor durabilidad post cosecha que presenta el blueberry con respecto a otros berries (frambuesa, boyseberry, frutilla), de hasta treinta días, está dada por la consistencia del fruto y por su cutícula cerosa (epicarpio). Cuando los frutos alcanzan la madurez de cosecha fisiológica comienzan a sufrir numerosos cambios de color, firmeza y sabor, relacionados con la maduración de calidad organoléptica, que los hace finalmente más atractivos para el consumo. Los arándanos son frutos, es decir que, cosechados a partir de la madurez fisiológica, son capaces de adquirir características similares a los que maduraron unidos al arbusto.

Ante la situación anterior, Susana G. cuenta además en su infraestructura con una sala de 9m<sup>2</sup> donde las cosecheras (mujeres que realizan la extracción del fruto de la planta y las depositan en bandejas especiales), se preparan previamente a la cosecha, se colocan guantes y barbijos para realizarla. Sus frutos son delicados por eso, se eligen mano de obra femenina. La productora cuenta además, con una sala con refrigeración para dejar las bandejas mientras, van cosechando hasta que se entreguen en los locales de venta ya que, la época de cosecha comienza en noviembre y se extiende durante diciembre en esta zona, donde las temperaturas son elevadas.

Para el momento de la venta, ella sale sola a ofrecer la producción a las verdulerías en bandejitas de 100 grs. o en bandejas de 5 kg, a amigos, y como tiene mucha capacidad de saber transmitir lo que quiere, ofreció a médicos de la zona ya que el fruto tiene muchas propiedades medicinales. Este año implementará 3 ha más de arándanos y su proyecto es poder producir cantidad y darle valor agregado al fruto a través del deshidratado el mismo. Hoy está pensando en un equipo de desecado, con energía solar.

Susana G. tiene en cuenta como estrategia de venta, la calidad de frutas, la difusión de las propiedades del arándano y la permanencia en el mercado, como productora local sobre todo a través de sus contactos.

Para entender las decisiones de Susana G., es preciso informar que en el cultivo de arándano, es necesario el empleo de mano de obra especializada ya que se realiza de forma manual para el posterior envasado y embalaje.

En sus objetivos de planificar, está implícita la idea de que las propiedades del arándano deben ser conocidas a nivel local y regional.

Susana G. eligió ofrecer sus productos al mercado. Y como ella lo dice a través, “de boca en boca”, dada su espontaneidad, su franqueza, su actitud, ofrece a sus contactos y se nota que sabe ofrecer, ella vende. En su diario caminar, se descubre su lógica para vender sus productos. Su espontaneidad, su carisma, su energía le da una impronta a su estrategia de cómo, no sólo vender, sino cómo transmitir las propiedades medicinales del fruto del arándano.

Su autogestión le permite vender en el mercado local y regional. Esta estrategia de “boca en boca” se mantiene en forma ininterrumpidamente desde hace más de 5 años.

Según la entrevistada, sostener con continuidad la producción no fue una tarea fácil, ella atravesó varias etapas, una primera de aprendizaje, donde investigó características del cultivo, adaptación a la latitud local, formas de producción, características climáticas de la zona (heladas, temperaturas mínimas y máximas, entre otras), una segunda etapa de transición donde tuvo, además de capacitarse, animarse a ser parte de un grupo de trabajo (cosechera por unos días en Entre Ríos) y la última etapa fue la puesta en marcha o “manos a la obra”, donde implantó el cultivo y a partir de allí, comenzó todo el proceso de producción.

La producción de los arándanos fue de a poco, de acuerdo con la maduración de las plantas. Así, en el primer año la cosecha no fue satisfactoria: sólo unos 800 kgs.

En el último año, mejoró la producción y llegó a cosechar 2500 kgs, a pesar de haber perdido un línea de plantas por daños de tormenta eléctrica (se quemaron más de 150 plantas).

Según la entrevistada, sostener a los mismos consumidores año tras año se debe a la calidad de su producción comparable con grandes productores y a las propiedades medicinales del fruto.

Como conclusión de la entrevista, el propio eje que mueve a Susana G. a cumplir su sueño es que el cultivo se conozca y llegue a manos del consumidor. Esto se corrobora a través de su estrategia implícita, es autogestora y promotora de sus productos, ya que ella llega, y vende todo. Su permanencia, y continuidad en este tipo de producción valida sus anhelos de llegar a hacer conocer las propiedades maravillosas de los frutos.

Cuando se le pregunta con respecto al clima, ella no lo considera como un impedimento para cultivar, salvo imprevistos como tuvo el año anterior que perdió un buen stand de plantas.

En la autogestión ella planifica, tiene confianza, tiene infraestructura adecuada provocando competencia con otros productores de la zona y en la comercialización, se redescubre que su llegada directa a la gente le dio muy buen resultado.

Por ahora, reconoce que sus productos son vendidos, que a veces no, con la rapidez que ella quisiera por desconocimiento de las propiedades medicinales del fruto, pero como el volumen producido todavía no es tan alto, puede manejar las ventas de esta manera, a nivel local y regional.

En esta entrevistada invoca permanentemente a su familia paterna, su status que le permitió invertir, dándole accesibilidad económica para poder sostener esta estrategia de venta y poder esperar de alguna manera, recuperar el capital invertido cuando se pueda, sin apuros.

#### **4.1.2 Caso 2**

Sandra y Norma, pertenecían al Plan jefas y Jefes de hogar. En el año 2002, comenzaron a producir en forma grupal con 8 compañeros más, en una Capilla (San José Obrero) de su barrio. Aprendieron a sembrar especies hortícolas a través del técnico de INTA que estaba dentro del programa Prohuerta desde los años 90.

Durante 2 años, lo que producían era repartido en partes por igual entre cada familia, semanalmente. A los tres años de trabajar colectivamente, surge la posibilidad de otro proyecto llamado *Manos a la Obra* dependiente del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, para producir plantas de árboles o sea un vivero forestal y algo de cultivos de flores de época (producir bajo invernáculo de 80m2).

La Municipalidad de Las Rosas gestionó el proyecto que fue aprobado al cabo de 6 meses. Se implantó un invernáculo, se consiguieron semillas, que sembraron, trasplantaron y tenían árboles que no se los vendían a nadie, entonces como habían aprendido el oficio de cultivar verduras, se animaron a hacerlo en el invernáculo pero, a su vez, era difícil compartir, trabajar colectivamente y pensar qué se podía retirar dinero todas la semanas. Poco a poco se fueron separando del grupo, los que conseguían trabajo.

Este espacio compartido y ver que se podían realizar trabajos en forma colectiva, les abrió las puertas a sus compañeros hacia la búsqueda otros trabajos más estables. El demostrar que eran capaces de querer aprender y de capacitarse les dio la posibilidad a la mayoría de generar su propio trabajo (plomería, albañilería, carpintería).

Hoy, Sandra y Norma, las que permanecieron en un espacio común cultivando, se organizan, planifican algo y venden viernes y sábados verduras. Los sábados hasta hace un año atrás también concurrían al trueque.

Algunas veces, se quedan sin verduras por falta de planificación, por condiciones climáticas poco favorables y aún así, siguen apostando a cultivar verduras saludables. No son tan ambiciosas, piensan en que a sus hijos que no les falte nada.

Su activa participación en los clubes de trueque les permitió producir y volcar parte de su producción al mismo organismo.

Sandra y Norma cuentan que se sintieron parte del club del trueque que se había conformado en el centro de desocupados Ceferino Calandri, y que funcionó años después del trueque original con otra forma, es decir un tipo de trueque transformado, hasta poco más de un año. Sus créditos eran cambiados por el responsable por mercadería como yerba, azúcar, aceite, tomates al natural.



Ellas atravesaron varias etapas en este proceso de autogestión/aprendizaje. Primero comprendieron la necesidad de compartir un espacio social común, donde aprendieron no sólo a cultivar, sino a pensar colectivamente; otra etapa importante fue la de capacitación permanente en distintos temas y la más importante, la de poder incorporar sus productos en el mercado local(venta), con distintas formas de hacerlo.

En la entrevista, comentan que pocas veces sus hijos y maridos las ayudan, así que prácticamente son sus propias gestoras.

Sandra y Norma permanecen en las ventas semanalmente, o sea que una de las estrategias más marcadas de ellas es la continuidad en las ventas.

En su primera etapa inicial( producción de verduras), coincidente con la época de la crisis en Argentina en el año 2001, pertenecían al plan jefas y jefes de hogar, que en aquel momento consistía en una ayuda familiar al jefe de familia(hoy se llama asignación familiar por hijos), en un contexto político atravesado por todo el país y que a nivel local, afectó severamente a muchas familias; crisis, reflejada en ellos desde la necesidad de participación, sobre todos a aquellos que no accedían a un trabajo digno, estable. Durante esta primera etapa recibieron capacitaciones desde INTA de cómo trabajar en grupo, cómo administrar sus tiempos y sobre todo, en cuanto a tipos de cultivos. Recibieron insumos como semillas, herramientas (palas, rastrillos, tridentes, azadas) y a partir de las primeras cosechas, aprendieron a consumir primero verduras de diversas formas, para luego animarse a ofrecer. Se organizaron con el INTA, Municipio y la decisión conjunta también de ellas de participar en la organización de ferias itinerantes en cada espacio de huertas comunitarias como esta. Aprendieron en esta etapa “cómo sembrar”, qué sembrar, cómo preparar la tierra de acuerdo con cada cultivo; cómo cosechar y cómo empacar cada producto y de alguna manera aprendieron a, (según palabras de ellas) revalorizar y recuperar los saberes de sus padres y abuelos que han traído al presente, para continuar con una forma de cultivar distinto.

Ellas accedieron a estos planes, provenientes del gobierno con alcances a todo el país, como una solución en aquel momento de urgencia, en forma provisoria.

En ese entonces, mediante un convenio firmado por INTA y Municipio, convenio de colaboración, de promoción de huertas familiares de autoproducción, se generaron huertas comunitarias con el compromiso desde INTA de acompañarlos en los procesos de aprendizaje. Aquí se podría corroborar cómo se van capitalizando experiencias, nuevos conceptos, nuevas formas de aprender “algo”, para sobrellevar la crisis y recuperar a su vez, saberes de los abuelos que hasta el día de hoy recrean con nuevos aprendizajes.

Al analizar la entrevista, se corroboran los pasos que fueron transitando ambas productoras. Una de las lógicas de Sandra y Norma es minimizar los problemas hacia adentro y maximizar lo producido hacia afuera.

En lo organizacional se capacitaron, compartieron vivencias y participaron de ferias lo que les ayudó a crear lazos y generar confianza en ellas mismas, para producir y saber vender lo producido sin miedos.

Este tipo de ferias y su difusión por los medios les ayudó, como estrategia, a difundir y mostrar lo que sabían hacer.

Para analizar la forma de trabajo en aquel entonces, se podría definir una huerta comunitaria como una huerta donde concurren personas a trabajar y comparten un espacio, herramientas, saberes y sobre todo, producción para volcarla al mercado local.

Una huerta comunitaria es una parcela de tierra cultivada por un grupo de personas. Una definición general de lo que es una huerta comunitaria incluye huertas urbanas, suburbanas, o rurales. Puede ser un terreno comunitario, o pueden ser varios terrenos individuales. Se puede encontrar en una escuela, en un hospital, o en un barrio. También se puede tratar de una serie de parcelas dedicadas a la “agricultura urbana”, donde se cultivan productos para el mercado.

Hay varias maneras para empezar una huerta comunitaria: trabajar con amigos, vecinos, o una organización local. Hay muchas cosas que considerar antes de realizar la primera punteada. Aunque la siguiente lista de pasos no pretende ser completa, constituye un buen punto de referencia.

Formar un grupo de planeamiento, elegir un terreno. En este caso, ellas eligieron estar en el espacio de la Capilla San José Obrero, preparar el terreno, organizar la huerta, establecer una nueva organización de productores (Consideraciones Organizativas), administrar la huerta comunitaria (Lineamientos y Reglas) y localización y resolución de problemas (Problemas y Soluciones Compartidas)

Cada huerta comunitaria es única, pero hay unos elementos que podrían resultar útiles para empezar cualquier huerta comunitaria.

Hoy, están intentando organizarse como red de productores agroecológicos; su lógica es sumarse a otros grupos, no estar solas, formar parte de una forma distinta de producir y distinta manera de salida laboral.

El INTA y el Municipio continuaron con el convenio de colaboración (ver anexo), sin embargo, desde el gobierno nacional la decisión fue de sostener las políticas de planes dirigidas a los beneficiarios, modificando el nombre y formas de acceder.

En la matriz de datos, se puede observar que la 2° etapa comienza con cambios a nivel de nominación de tales planes. Esto significó el quiebre en cuanto a la continuidad del trabajo grupal de aquella huerta de la capilla. El quiebre se produce por mayor dedicación a los tiempos asignados al trabajo en la huerta y lo que recibían a cambio, no era tan próspero como otro tipo de trabajo de jefe de hogar autónomo, como chapista, soldador, etc.

El aprendizaje de la etapa anterior les sirvió como fortaleza e impulso para emprender la 2° etapa, “vamos a hacer lo que sabemos y aprendimos a hacer y que nos salía bien”, comentan.

La participación de ellas continúa, durante este período, una 2° etapa-simbólica-, donde había, a nivel país y también en lo local, en Las Rosas, un poco más de estabilidad laboral, lo que se notaba en la

reactivación de los empleos (capítulo introducción), económica, y donde a través de un proyecto gestionado por la Municipalidad, Sandra y Norma acceden a un invernáculo de 80 m<sup>2</sup>, dejando entrever que reciben este subsidio porque el grupo de la capilla permaneció trabajando en forma grupal durante más de 3 años en la producción de verduras. Aceptaron este subsidio, llamado en ese momento *Plan Componentes Materiales-Manos a la Obra*- en forma simbólica, ya que no administraron el dinero, su decisión fue aceptar el plan.

Entonces, se construye el invernáculo sobre terreno no propio y hoy, lamentablemente tuvo que desarmarse y ser dividido en 3 a causa de la venta del terreno.

Analizando su lógica, la de continuar trabajando de esta manera, es porque siempre recibían beneficios de la Municipalidad, podían acceder a participar en ferias, exposiciones, no sólo para que sean reconocidas sino para que de alguna manera, empezaran a vender en forma permanente, con continuidad no sólo en la producción, sino también en las ventas.

Durante la mencionada 2º etapa, desde INTA, también se los acompañó, sobre todo, cuando por oportunidad de trabajo de los hombres, las mujeres toman la posta de la huerta comunitaria; a diferencia de la etapa anterior, participaban hombres. Así, la estabilidad laboral se vio reflejada en el trabajo conseguido por el género masculino, al desplazar su trabajo a la zona rural.

Eran al principio, 5 mujeres, y un tutor era el responsable de visitarlas y guiarlas hasta su implementación.

Como el proyecto del subsidio era “Forestación, aprendiendo a plantar árboles”, comenzaron entonces con la siembra de árboles, aprendieron muchas técnicas, entre ellas elección de semillas, elección de sustratos de acuerdo con variedades y distintas siembras como directa, en almácigo, distintas distancias, riego, etc. y lograron producir más de 100 árboles como lapachos, jacarandás y palos borrachos. Pero a la hora de vender, no lo pudieron hacer. Lamentablemente no había demanda de árboles y no se realizó ninguna campaña de forestación sobre este emprendimiento productivo.

En esta etapa del Plan Componentes Materiales por el cual accedieron a través de un subsidio a un invernáculo, la infraestructura estaba subdimensionada, se producía mucho y no se comercializaba nada.

Luego de unos meses, la desilusión les llegó a la mayoría del grupo, ya que se dieron cuenta de que al no vender y estar muchas horas, no les permitía mejorar el ingreso de dinero para sus familias: Por lo tanto, es así que dos de las mujeres deciden retirarse del grupo, diciendo “no podemos estar tantas horas y no poder retirar nada de plata para llevar a casa”.

Ante esta situación Sandra, Norma y Érica, tres de las 5 mujeres, continuaron en el espacio donde comenzaron a atravesar una 3º etapa, de reflexión y de reorientación de sus actividades, y debían repensar qué hacer dentro del invernáculo para tener ingresos. Esto se ve cuando ellas deciden “vamos a hacer lo que sabemos hacer y lo que aprendimos y nos sale bien”.

A los meses de trabajar entre tres, Érica decide apartarse para dedicarle más tiempo a sus trabajos particulares de empleada doméstica.

Frente al acompañamiento del técnico del INTA, que en ninguna de las etapas dejó de estar y por sugerencias también del tutor, se animan a producir lo que “sabían hacer”, verduras, hortalizas de hoja y de raíz. Su lógica en ese momento (por lo cual decidieron continuar apostando al trabajo de la tierra), fue sentirse seguras ante lo que en la 1° etapa habían aprendido.

Así, en un par de meses, al recuperar sus saberes y fortificar esa 1° etapa, ya tienen rabanitos y rúcula para ofrecer a las primeras familias y carnicerías. Siguen capacitándose, reciben semillas de INTA y recuperan algunos saberes que creían olvidados.

Se organizan, planifican las siembras y se fomenta y promueve la autogestión desde el técnico de INTA. Planifican, tienen infraestructura con poca tecnología de punta y algo de herramientas como para reorganizarse y su estrategia espontánea de venta es ofrecer de “boca en boca”, participar en ferias itinerantes y en algunas exposiciones locales para que la comunidad pueda conocerlas más.

Si bien, para Sandra y Norma el clima no es su principal limitante, sí cuando han tenido problemas, de producción y venta en tiempo y forma por no sólo sequías, lluvias abundantes y falta de planificación, pudieron abastecerse de otras huertas productivas de Las Rosas, para cumplir con los pedidos de sus clientes. Así ganen menos, la lógica que las mueve es sostener al cliente porque esto les asegura continuidad y trabajo. No tienen miedo a la competencia porque creen que el sol sale para todos.

La permanencia y continuidad se proyecta en sostener al comprador, priorizando su demanda.

Esto último refleja un nuevo aprendizaje que no se basa solamente en recuperar lo de la 1° etapa, sino apreciar que la continuidad y permanencia también depende de la demanda del producto, como ocurrió en la 2° etapa donde no se tuvo en cuenta la necesidad de árboles en el mercado local.

El “boca en boca” de Sandra y Norma consiste en ofrecer productos perecederos y si bien a veces, la cantidad que venden a veces no es la esperada, la atención permanente al consumidor es prioritaria para ellas porque saben que la gente les pide verduras frescas, sanas y que durarán una semana en la heladera si no es consumida inmediatamente.

Se podría pensar que la lógica de no importarle a veces cuánto pueden vender diariamente las habilita para tener poca previsión de planificar respecto a la cantidad de superficie a preparar. Sin embargo, a pesar de que suelen quedarse sin verduras y no quieren perder a su cliente, reponen por lo pronto el volumen necesario para asistirlo ante su falta de producción y planificación.

La dinámica de su lógica no se sustenta en una ambición económica sino en que a sus hijos y nietos no les falte nada y se sostienen en el tiempo porque son autogestionarias. Tal autogestión se podría considerar de tipo mixta ya que es por gestión y accesibilidad desde INTA y propia. No poseen intermediarios.

En una 4 ° etapa, de autogestión formal las entrevistadas, sostienen que sería buena la habilitación municipal que consistiría en darle un número de emprendedor y poder vender sin conflictos con los negocios en el mercado local.

La formalidad es una necesidad a futuro inmediato. Frente a los límites de la autogestión y la competencia la perciben cuando reconocen que están en falta, sin papeles. Ante tal carencia que `perciben, han participado en esta última etapa de un curso de *manipulador de alimentos, buenas prácticas de manufacturas*, y obtuvieron un carnet que las avala para tal fin desde la ASSAL (Agencia Santafesina de Seguridad Alimentaria) dependiente del Ministerio de Salud de la Provincia de Santa Fe.

El contexto va cambiando, pero la estrategia principal sigue siendo la misma, el “boca en boca”. Hoy salen a entregar pedidos martes y viernes y en cada visita invitan a sus clientes a asistir a las ferias que se realizan en la plaza cada 15 días.

La técnica de observación directa aplicada, observación participante, permitió detectar en las ferias, su apertura, su necesidad de contar cómo producen y cómo llegan con sus productos a la feria.

### 4.1.3 Caso 3

Chela y Leonilda son hermanas, provienen de la zona norte de la provincia de Santa Fe, de la localidad de Margarita y ellas, hoy recuerdan las costumbres y recetas utilizadas por su mamá y su abuela. Hace más de 30 años que viven en Las Rosas, han formado cada una su familia y de alguna manera, traen al presente sus vivencias de la infancia. Han pasado momentos muy difíciles, no sólo en su ciudad natal, sino también en la comunidad que habitan hoy. Por cuestiones familiares, han llegado hasta Las Rosas dejando atrás su infancia en la zona norte de la provincia de Santa Fe. El contexto familiar atravesado en la adolescencia fue el detonante por el cual hoy están en la citada comunidad.

Sin saber de conceptos y de teoría, han utilizado estrategias de supervivencia. Con sus saberes, sus tradiciones, pudieron superar momentos de muchas necesidades no satisfechas. Chela comenta “*mi mamá era ama de casa, mi papá salía a trabajar y mi mamá se quedaba con nosotros*”, el pan nunca nos faltó, eso sí no fue fácil por el carácter de mi padre, era exigente y a veces se violentaba por su alcoholismo”. Chela en ese momento de la entrevista dice además que Leonilda se escapó de la casa paterna porque había sido amenazada por su padre y con ayuda de ella, su otra hermana y unos tíos se dirigió a Santa Fe. Allí permaneció con su novio, hoy su marido Juan Carlos, hasta que se casaron y se trasladaron por trabajo a esta ciudad.

Hoy viven una a la par de la otra y comparten mucho, no sólo como vecinas, sino en lo productivo, sobre todo en lo referente a sus familias. Cada una se especializa en algo, pero a la hora de vender, comparten sus habilidades, sus productos y hacen un fondo común.

Chela se dedica con mucho esmero a la elaboración de mermeladas, dulces, licores, panes caseros y Leonilda prefiere cultivar verduras, plantines hortícolas, de flores y últimamente ha incursionado en las cactáceas y a criar animales como ponedoras y conejos.

Son productoras mixtas. Por eso, al analizar su lógica, se descubre que su estrategia es saber hacer de todo, tener diversidad de productos; esto les ayuda a poder vender lo que el consumidor le pide. Los sábados se dedican siempre a los panes caseros; para las verduras, tienen clientes fijos que tratan de cumplir casi todas las semanas y ante dudas de precios, consultan al técnico de INTA. Chela y Leonilda no tienen continuidad en la producción, el pan lo hacen casi todos los fines de semana, pero con las verduras les cuesta planificar y organizar actividades.

Desde hace más de 7 años, se animan a producir productos agroalimentarios no sólo para su familia, sino para compartir con amigos y un proyecto de poder producir para vender y que los productos sean reconocidos en el mercado.

A través del INTA han tenido la posibilidad de viajar a otras provincias, como Misiones, Chaco, Córdoba y este año a Catamarca, participando en ferias nacionales de semillas criollas y nativas. Hoy, agradecen al INTA el haber podido conocer otras provincias, ya que nunca habían viajado hasta que se sumaron al grupo de las reuniones.

No sólo se podría hablar de ellas, de su recetas maternas, sino de que han continuado con nuevos saberes, nuevos aprendizajes, nuevas capacitaciones a través del programa Prohuerta(INTA/MDSN), capitalizando experiencias y recibiendo en una oportunidad algunas menciones, como fue en la FESPAL, feria de Chabás, en la que pudieron participar de un stand con otras personas y fueron reconocidas, no sólo por el diseño del espacio asignado de la muestra sino por sus conocimientos de su gran diversidad de saberes. A su vez, su solidaridad les permite seguir transmitiendo los conceptos hacia otras personas y se evidencia en las exposiciones en las que han formado parte del stand del INTA.

En la entrevista reconocen que sus problemas económicos les impiden acceder a créditos para mejorar su infraestructura; que tendrían miedo de producir mucho y no saber si podrían vender todo; que a veces venden muy bien; otras nada. A veces se sienten inseguras ya que consideran que no tienen respaldo, o aval de algún organismo para vender y tener una marca registrada. Reconocen a su vez, que la formalidad les abriría más puertas.

Además de panes, mermeladas, licores, preparan plantas aromáticas y yuyos medicinales de la zona y de otras regiones del país. Les gusta mucho participar de las ferias de intercambio porque de esa manera van capitalizándose con mucha biodiversidad. Valoran los productos saludables. Les gusta compartir los espacios de las ferias con sus pares y de alguna manera, sentirse valoradas por sus saberes.

Una de sus acciones, es invitar a su casa al técnico de INTA en el cual prepara un taller sobre algún tema específico, ese día los del cablevisión-TV local- aparecen con las cámaras para difundir las actividades

del Prohuerta y lo que hacen estas hermanas y de este modo, son conocidas en la localidad como productoras de mermeladas y plantines y venden, a pesar de que algunos de los compradores consideran que sus productos son caros. Chela y Leonilda saben hacer, se animan a recuperar recetas de su madre y comparten muchos saberes con compañeras de otras localidades. Sólo se preocupan cuando muchos potenciales compradores les dicen “¡uy! *qué caro el dulce*”. En ese momento se sienten desanimadas, aunque les saben responder que las mermeladas son elaboradas en forma artesanal, que los ingredientes son de primera calidad y que los insumos comprados en la localidad no son tan accesibles y que no pueden bajar los precios ya que si no, no obtendrían la ganancia correspondiente a la mano de obra. Sólo ocurre para el caso de mermeladas y dulces y a veces pickles el tema de la queja de los precios, en cambio con los plantines y verduras no pasa lo mismo ya que no reciben los mismos comentarios de los compradores respecto al valor monetario de estos.

Una de las formas de jugar, es estar siempre predisuestas a “partir”, que significa acompañar al técnico del INTA a algún viaje, exposición, etc. porque saben que no sólo la pasan bien, conocen a otras personas sino que los problemas de los demás son también de ellas, así que estarían pensando en formar una red de productores (feriantes). Están siempre preparadas a estas acompañar al técnico de INTA, y esa fortaleza innata es parte de su estrategia y de su lógica de que con el intercambio, los nuevos aprendizajes las ayudan a seguir en el camino, a seguir produciendo, a seguir creyendo en un proyecto de producir, vender inmediatamente lo producido y que los consumidores empiecen a valorar la calidad sin importarles el precio del producto.

Igualmente se las analiza, como que están en dicotomía permanente, quieren vender pero les cuesta pensar en la venta permanente; quieren formalizar, pero tienen miedo; quizás el miedo es a perder tranquilidad, de producir cuando pueden, cuando quieren y si entraran en el circuito de la formalidad tendrían que organizarse, planificar mejor; deberían pensar en nuevas estrategias de venta y cumplir mensualmente con los pagos de los tributos. Quizás su lógica hoy, es permanecer en la invisibilidad, no ser tan visibles ante la tan temida “formalidad”.

Se denota en la entrevista que necesitan vender, que saben producir, que saben transformar y que se animan a nuevos desafíos y experiencias, pero quieren permanecer en la invisibilidad por las dudas, tuvieran que pagar mensualmente algún impuesto por hacerlo.

Su estrategia de venta es a veces el “boca en boca”, otras por terceros, otras en ferias y exposiciones. No tienen autogestión total, consultan mucho al técnico del INTA. Es como en el caso anterior, la autogestión es mixta, deciden qué elaborar y sembrar pero a la hora de cómo hacerlo y vender consultan a la ingeniera del INTA.

Se descubre en la entrevista y en observaciones directas, que tienen problemas familiares económicos desde larga data que no pueden evadir y esta problemática a veces les impide planificar y seguir

soñando con cumplir lo tan anhelado, tener una cocina con la mínima infraestructura para que sea habilitada desde Municipio.

Pero, a pesar de todo, continúan produciendo, participan en las ferias quincenales donde se suman nuevos clientes y eso las habilita para seguir creyendo en lo que saben hacer con tanta pasión.

No es posible distinguir claramente las etapas atravesadas, como en el caso anterior, pero sí, se podría afirmar que sus inicios en la elaboración de productos y posterior venta son a partir del año 2003, pasada la crisis del 2001 y con la propuesta de una promotora de Prohuerta, amiga de ellas que las invita a seguir participando en los cursos de elaboración de conservas caseras. Allí, se animan, forman parte de un grupo que se capacita y en esas reuniones, son invitadas a su vez, por el técnico del INTA a visitar otras ferias, otros lugares del país donde no sólo llevan lo producido, sino llevan semillas, estacas, bulbos para intercambiar y seguir apostando a la biodiversidad de especies.

La 2º etapa que débilmente se identifica es la de introducirse en la formalización a nivel local, significando que se han inscripto como emprendedoras en un registro municipal a partir de los cursos dictados por la Assal, han adquirido el carnet de manipuladores y hoy generan confianza en los compradores. Su lógica de acceder a esta formalidad incipiente es porque reconocen que en los alimentos deben dejarle tranquilidad al consumidor-comprador de sus productos. Una forma de continuar vendiendo, es poder registrar en sus etiquetas, qué productos elaboran, cómo lo hacen, dónde y si hubiera algún reclamo por parte del consumidor, sabrían a quién dirigirse. En caso contrario, si el producto gustó, podrían encargar con anticipación, ya que en las etiquetas se dan a conocer quiénes son.

Hoy, en la etapa 3º están proyectando qué receta inventar o qué plantín producir, para llevar a la feria y ofrecer algo distinto, algo innovador denominadas por Bustos Cara como amenidades (página 20 Tesis) para “llevar” algo distinto a la feria, nos dicen.

Chela y Leonilda prefieren como estrategia de venta, calidad, buena presencia y participación en los cursos dictados por INTA y Municipalidad. Reconocen además, el “boca en boca”, como muy importante para seguir vendiendo.

#### **4.1.4 Caso 4**

Marta Juárez la 4º entrevistada, en un primer momento parece desconfiada. Su manera de hacerse notar era agrediendo o insinuando “cosas”. Es muy celosa de las demás del grupo que participan en los cursos y talleres dictados por INTA.

Hace mucho tiempo, cuando se sumó al grupo de personas que concurrían a las capacitaciones de INTA, Marta pensaba en elaborar y vender junto con Chela y Leonilda, pero en la entrevista se denota su individualidad y que muy rara vez da algo sino recibe nada a cambio. Lo intentaron en un primer momento



trabajar, elaborar y vender juntas pero cada una tiene su individualidad bien marcada que impidió prosperar en un grupo de elaboradoras de mermeladas.

Para Marta Juárez, productora de verduras, mermeladas, plantas de aromáticas, cría de animales de granja, tampoco le fue fácil su vida y sobre todo, criar a sus cuatro hijos. Con muchas dificultades, hoy superadas, aunque no habló demasiado en la entrevista, con las visitas periódicas de los técnicos, se pudo rescatar algo más de su historia.

Marta nació en Las Rosas pero vivió en muchos lugares siempre en la zona rural y conoce mucho de los oficios del campo. Su marido fue policía, hoy retirado está prácticamente sin trabajo, sólo lo llaman de vez en cuando y oficia de albañil, plomero o de sereno. Estuvo un tiempo separada y ese momento la fortaleció como madre, para organizarse en las tareas de la casa.

Ella y su marido comenzaron en una huerta comunitaria en el año 2005 designados por Acción Social de la Municipalidad de Las Rosas para acompañar junto al técnico del INTA a un grupo de jóvenes que habían abandonado la escuela y que potencialmente estaban en riesgo de delinquir. Se capacitaron en producción orgánica, realizaron cursos de manipulación de alimentos, cría de animales de granja, frutal, aromática, a través del Inta y de la Municipalidad de Las Rosas.

Llegan a la huerta todas las mañanas muy temprano. Durante más de un año acompañaron a los jóvenes en riesgo, su acompañamiento era para ayudar a los jóvenes a pensar en un futuro, a pensar que se podía pensar en un trabajo, a insertarse en la sociedad. Durante esta etapa Marta y Julio estuvieron acompañados por el técnico de INTA, por la secretaria de acción social y la asistente social de la Municipalidad de las Rosas.

Luego de más de un año, los jóvenes han logrado conseguir trabajo, han aprendido otros oficios, retomaron la escuela nocturna y Marta y Julio continuaron en la huerta cedida hasta que se les cumplió el sueño de vivir en una granja propia cercana a esta huerta.

Tienen una rutina diaria, Marta decide qué hacer y Julio prepara la tierra. Para complementar algo de la venta de mermeladas y verduras, Marta (hace 4 años hizo el curso de Cuidadores de ancianos), hoy está cuidando todas las tardes y a veces por la noche, a una señora, *“Por suerte es con recibo de sueldo”*, dice Marta.

Venden por pedido. Julio se encarga de cosechar y de acondicionar la verdura en el mismo espacio donde producen; allí tiene un tablón para hacerlo.

Se descubre su lógica: ella produce, trata de conseguir todos los insumos, como semillas, herramientas y sabe vender y su marido sabe acompañarla. Es muy difícil para ella, compartir un espacio con otro grupo, ya que en sus opiniones intenta destacarse ante todo.

Las exigencias y requerimientos del trabajo social comunitario permiten apreciar con mayor claridad algo evidente: las personas nunca están solas ni aisladas, siempre aparecen interrelacionadas, en una trama intersubjetiva, en un cruce de deseos, sentimientos y de lecturas de intenciones.

Aprendió como las demás, el arte de producir sin el uso de agrotóxicos; aprendió las técnicas de elaboración artesanal casera de alimentos a través de INTA. Participa de todo, porque no se quiere perder nada y aparte porque sabe que desde INTA pueden acceder a participar de distintas exposiciones regionales, provinciales, nacionales. Así como Chela, de la entrevista anterior, le gusta inventar recetas de mermeladas, sobre todo de mburucuyá -planta silvestre que puede utilizarse para consumo-, de tomaco y en su lógica, está la de evitar compartir o dar recetas para evitar perder potenciales clientes. Sabe hacer, sabe vender por su forma de explicar las recetas en las ferias, aunque le costó hablar ante el micrófono en la entrevista y así también, lo ha hecho cuando estuvo ante las cámaras.

Sus 4 hijos la han apoyado en cada decisión que ha tomado; ella decide en primera instancia y luego invita a quien se quiere sumar a lo pensado por ella. Es autogestora y esa forma de ser, le ha permitido acceder a beneficios, como recibir algún subsidio por parte del Senador Departamental; ser parte de la Municipalidad por un tiempo, como tutora de jóvenes en riesgo; acceder a más herramientas y frutales a través de su colaboración en INTA como promotora.

Hoy, luego de más de un año de haberla entrevistado, accedió al sueño de vivir en la granja, tiene más de 6 madres de cerdos, ya han nacido muchas camadas de lechones, han vendido y a su vez, cría ponedoras para vender huevos, algunos avestruces y cultiva verduras no sólo para autoconsumo. Hoy ya piensa más en los animales que en las verduras, no le preocupa el clima, ni la infraestructura precaria con la que cuenta su granja.

Se ha acercado a reuniones de productores de la zona del departamento Belgrano, convocados por el Senador departamental para acceder a algún subsidio o crédito blando para mejorar su infraestructura y comprar más madres de cerdos. Para la época de las fiestas, se venden los lechones a muy buen precio. Ellos consiguen el alimento a precio conveniente, compran maíz, algo de sorgo y junto con las verduras que no se venden ni consumen, preparan el alimento diario. Su lógica de producir y trabajar tanto, es por su ambición de mejorar su estilo de vida, comprar algún vehículo, teniendo grandes sueños a cumplir.

No concibe a la competencia como algo negativo, como alguien que le quitaría potenciales clientes, ella dice que deben estar, que a ella sólo tienen que conocerla y además, por su trayectoria de haber estado muchas veces viviendo en la zona rural, conoce a la gente, y sabe a quién ofrecer.

Su gran cantidad de actividades, biodiversa, desde la producción de verduras, conservas, mermeladas, huevos y lechones le permite llegar a más potenciales clientes. Su lógica de producir de todo, le permite no perder a clientes que solicitan este tipo de productos.

Fue una mujer que siempre se dedicó a trabajar y a criar a sus hijos, pero esta etapa como productora de verduras le ayudó a pensar que con esfuerzo y trabajo “la comida” nunca va a faltar.

En la entrevista es posible vislumbrar que Marta sueña con tener la huerta con muchos cultivos, pero los tiempos no le alcanzan para lo pensado. Marta y Julio preparan mucho terreno para sembrar; algo llegan a hacer, pero les cuesta mantener, justamente porque no pueden disponer todo el día para cuidar lo planificado. Ella planifica pero “a lo grande”. Julio hoy no tiene trabajo, pero a veces lo contratan por meses y prácticamente no puede ayudarla en nada.

Hoy, luego de 5 meses, ya siguen soñando con la granjita, con animales, gallinas, cerdos y algo de huerta para su familia y van cumpliendo parte de sus sueños. Alquilaron una casa-granja- en la zona rural a pocos Km de Las Rosas, sólo 2 km.

*Casi sueño cumplido* dirían. Sólo les falta organizar y planificar la producción, que es lo más difícil, sobre todo porque se trata de seres vivos y hay que conocer el ciclo de los porcinos, en especial.

Los cerdos se pueden criar hasta cuando alcanzan aproximadamente entre 50 y 100 kg de peso vivo. La conversión alimentaria de los cerdos es de 3,5 kg de alimento por cada kilogramo de peso ganado. Para ello, siembran en la chacra de la huerta, maíz y algo de sorgo.

Nos comenta que si se cría al cerdo sin ningún control, el consumo de su carne puede ser fuente de enfermedades parasitarias para el consumidor. Por ello, se debe enfatizar la importancia de contar con un buen sistema de manejo a nivel de criadero familiar, que puede iniciarse con una pequeña piara compuesta de dos a cinco vientres y un macho.

Marta y su marido deben verificar diariamente si los cerdos comen su ración y engordan normalmente. Tales observaciones permitirán tomar las precauciones necesarias para evitar problemas parasitarios y enfermedades. Para la cría de cerdos “amontonados”, es necesaria la construcción de corrales con materiales sólidos y fuertes. Ellos recién están preparando las parideras, donde las madres cerdas paren a los lechones y los crían hasta su destete.

Una buena dieta debe incluir componentes nutritivos esenciales como agua, energía, proteínas, minerales y vitaminas. La falta de alimentos energéticos disminuye la conversión alimentaria y retarda el crecimiento. En cambio, un exceso produce demasiada grasa, que puede provocar infertilidad temporal. Los cerdos generalmente son sensibles a la deficiencia de casi todas las vitaminas.

Los productores, cuentan con la mínima infraestructura para la crianza de los cerdos, de a poco van incorporando (con chapas y maderas), más parideras a su producción. Para evitar en lo posible el brote de enfermedades infecciosas, comentan que tratan de seguir un riguroso régimen de higiene y sanidad de los animales, que incluye lo siguiente: los corrales deben estar siempre limpios y, en lo posible, secos; el piso de los corrales de parto debe cubrirse con paja y ésta debe removerse cada semana; el estiércol recolectado se lleva al compost; si algún animal se enferma, se lo debe aislar del resto y el corral donde

permaneció debe ser desinfectado; no se deben introducir animales extraños al criadero sin antes revisarlos; se debe construir una fosa(cajonera), en la puerta de ingreso de cada corral y llenarla de cal para desinfectar los zapatos antes de ingresar al corral y la vacunación contra el cólera porcino debe ser obligatoria.

A cada uno de estos pasos, ellos los tiene en cuenta porque han consultado con veterinarios por problemas sanitarios que han tenido.

A pesar de estar fuera de su casa por la noche, Marta, durante el día, le dedica con esmero, mucho tiempo a cuidar a los lechones y a las madres cerdas una atención especial.

Les ofrecen lo producido a conocidos de sus trabajos, a través del “boca en boca” y hasta el momento, han podido ubicar su producción, sobre todo en la época de fin de año que es cuando mejor precio tienen los lechones. Con respecto a las verduras, si hay excedentes venden, sino es para autoconsumo. Continúan con el “boca a boca”. La estrategia de Marta y de Julio es “saber hacer” y saber vender.

#### **4.1.5 Caso 5**

Sergio Dutto, el 5° entrevistado, es productor de Higos; fundamentalmente se dedica al higo industria, más que el higo a consumo ya que lo agotó llevar al mercado de Rosario, por tener que pagar mucha logística de flete y cámaras de enfriado por el higo fresco. Hoy tiene 5 ha con plantas pero solo en cosecha 2.5 ha.

Durante la entrevista, Sergio fue narrando no sólo, cómo empezaron con el deseo de cultivar algo distinto, sino también mucho de su historia familiar.

Sergio proviene de una familia de clase media alta, con una buena superficie de campo dedicada a la agricultura extensiva y un chalet de época en frente de la plaza principal. Eran 3 hermanos, Sergio, Gerardo y Analía, hoy peluquera. Su padre luego de haber invertido en un mal negocio y en aquel entonces no era tan fácil cultivar y apostar al campo, perdió uno de sus campos y comenzó una etapa muy crítica en la economía familiar. Sergio se hace cargo de lo que queda del campo, su hermano Gerardo, consigue trabajo en la zona rural en otra provincia y su cuñado decide acompañarlo por la tarde en el campo ya que es maestro en una escuela taller por la mañana.

Alquilan una parte del campo para la siembra de soja y comienzan a repensar qué hacer para tener alguna actividad distinta, no sólo piensan en el higo, sino también en la producción de miel.

Sergio lucha por continuar con el legado cultural familiar y comienza junto a su hermano y a su socio la idea de cumplir un sueño, el sueño de permanecer como productores pero con una mirada distinta, con una mirada desde la agroecología.

Por un lado, saben que los arrendatarios cultivarían soja y ante ello analizan realizar antes de implantar el cultivo, una cortina forestal para proteger por un lado a su producción y por otro, resguardar a la población que estaría en el área periurbana, a unos 500 m de su zona.

Ha traído a su sueño, el hecho de no usar agrotóxicos perjudiciales, ya que su padre contrajo una enfermedad que lo obligó a dializarse hasta que falleció y su hermano falleció a los 42 años por problemas cardíacos.

Ha ido capitalizando experiencias, ha realizado muchos cursos sobre el tema y sobre todo en lo técnico, aprendió no sólo por lo teórico sino por fallas y errores en la producción que hicieron conocer más la elasticidad en la adaptación del cultivo.

En el año 1999, donde atravesó la primera etapa, comenzó con la implementación del vivero con las estacas traídas desde la provincia de Catamarca. Previo a la toma de decisión de la implantación y compra de estacas, se capacitaron; se nutrieron no sólo de las características del cultivo sino también de la producción y formas de comercialización. Recién luego de dos años, en el año 2000 trasplantaron las estacas. Les llevó comenzar a producir algunas variedades, 4 años, otras, 5 años. Toda es mano de obra familiar, menos la cosecha.

Hoy Sergio, que es técnico agrónomo, dicta cursos a compañeros de INTA que necesitan difundir el cultivo de frutales en las huertas familiares. Su capital cultural, el social, el simbólico lo mantiene conectado con la realidad para seguir apostando al cultivo.

Escalona la producción con las podas de fructificación a las 4 variedades más apetecidas por los compradores, entre ellos muchas amas de casa que elaboran mermeladas para todo el año.

Su lógica es producir primicias, es decir, entrar primero en el mercado para obtener los mejores precios, volcando allí las primeras producciones de fruta fresca. Otra estrategia es cumplir con sus compradores más grandes no sólo en cantidad, sino también en calidad. De esta manera, intenta planificar la producción, para satisfacer las demandas internas. Su lógica es producir frutas frescas saludables y abastecer al mercado local, regional y no fallar al consumidor en cuanto a calidad y cantidad.

Hoy, al igual que muchos, anhela poder adquirir una cámara o equipos de frío para poder sostener la producción y abastecer al mercado en todo momento y en algún momento darle valor agregado al fruto, ya sea en mermeladas o en deshidratados. Parte de su producción, la canjea por frascos ya elaborados en una fábrica de Rosario que llegan al mercado local, pero sabe que no es lo correcto, ya que quiere transformar en mermelada su propia producción.

Es consciente del mal que le hace al medio ambiente el uso indiscriminado de agrotóxicos, por eso apuntó desde un comienzo a la producción local de alimentos con enfoque agroecológico.

Él no le tiene miedo a la competencia, en la zona no tiene competencia. Sabe lo difícil del mercado de frutas frescas y reconoce que a veces el volumen que maneja le impide manejar las operaciones de venta, aceptando las condiciones del comprador.

Atravesó varias etapas, la primera por la cual empezó a pensar en este tipo de producción, fue la de “construcción”, construir y analizar una nueva mirada de producir sano; la 2° etapa fue la de aprendizaje, aprendió, se capacitó junto con Técnicos de INTA de la zona de Catamarca y la 3° etapa fue la de “puesta en marcha del proyecto”, por lo cual coincide con la etapa de aprendizaje, ya que mientras se capacitaba, compraba estacas para implantar y empezar a ver cómo crecían las futuras plantitas.

Para que conozcan sus productos, Sergio, su hermano Gerardo (que falleció) y un amigo socio comenzaron golpeando puertas a fábricas, en Coronda. El consumo directo es complicado, no es claro, no está reglamentada la incorporación de esta fruta en verdulerías como otras frutas. El único mercado que controla ingreso, de cantidad, de variedad, es BS AS, en cambio, comentó que Rosario no hace control de calidad de manera sistemática, sino que cada tanto se hace control cuando suponen que algo puede ser contaminado.

La última etapa es la de cosecha y posterior venta. Una vez realizada la cosecha, se preparan cajoncitos de 10 kg para consumo fresco en verdulería o si no, cajones de 15kg fresco. En fresco, se gana más pero tiene más costo de embalaje. Cada 10 kg seleccionan 4 para fresco.

Se puede vender en la zona, lo de menor calidad. A veces, quedan 150 kg de remanente que se regala o se vende a un menor precio, ya que es una costumbre italiana, cultivar higo y hacer mermelada en la época, por el origen italiano de algunas familias rosenses: “Cuando tenés todo el sistema integrado, tenés frutos lo hacés vos a la mermelada”, decía Sergio. “Hoy, no lo tengo a mi hermano y el socio decidió abrirse porque pasamos épocas no muy fáciles. Así que prácticamente estoy solo en la empresa familiar”.

Hoy entrega frutas a Coronda a tres fábricas que hacen pulpa y a una en Junín, que es una fábrica de mermeladas.

Además, al tener contactos con productores de otras zonas y tener permanentes ansias de aprender, hoy, se animó a implementar un vivero forestal para complementar lo de higo con otra entrada extra predial. Cultiva álamos y sauces, y algo de casuarinas.

El *Ficus carica*-higo- es un arbusto que oscila en un rango de 6 a 8 metros de altura. Presenta una copa muy amplia en relación con su altura, pues sus ramas son muy largas y casi horizontales. Las hojas son muy grandes, ásperas al tacto, con el limbo palmeado, en ocasiones es entero, pero la mayoría de las veces se entrecorta en lóbulos más o menos profundos (Rawsui, 1992).

El fruto característico de la higuera llamado sicono, es una infrutescencia formada por muchos frutillos que se encuentran en un receptáculo carnoso. La parte comestible del higo no es un tejido ovárico, sino un fruto accesorio (Kerzdorn y Adriance, 1984).

La higuera está adaptada a una gran variedad de suelos. Puede desarrollarse exitosamente en suelos desde gruesos y arenosos, hasta pesados y arcillosos; de igual modo puede crecer en suelos ácidos o básicos. Sin embargo, los índices de productividad son mayores en tierras fértiles y profundas y suelos aluviales bien drenados, con elevado contenido de cal o en suelos calcáreos. Normalmente, la higuera presenta un sistema radical superficial, pero donde el suelo lo permite, puede formar raíces profundas, con lo que mejora la retención y absorción de agua y nutrientes, lo cual es fundamental durante periodos secos (Sintes, 1996).

Los suelos locales y sobre todo donde está ubicada la producción de Sergio, son suelos profundos, bien drenados, aptos para ello. (Ver caracterización en Introducción de Tesis).

Con respecto a los requerimientos de temperatura, la higuera puede comportarse como planta tropical o como planta de zona templada, pero su crecimiento vegetativo se ve favorecido por las altas temperaturas. En regiones templadas, como en zona estudiada, con estaciones bien definidas, las hojas de la higuera se pierden a finales del otoño y la planta entra en estado de latencia. Así, la planta puede soportar periodos largos de frío intenso. La aptitud para sobrevivir a bajas temperaturas, depende de la variedad, el estado del árbol, tipo de madera y modo de latencia. Existen varios métodos utilizados para proteger los huertos pequeños y árboles domésticos de las condiciones adversas.

Luego de haber analizado y estudiado las características para cultivar higo, se animaron y compraron estacas de 17 variedades de la zona de Catamarca, las cuales actualmente se adaptaron a la zona todas las variedades pero se dedican a la producción para comercializar sólo 4 de ellas, por gustos del consumidor y comprador.

El entrevistado comenta lo siguiente: “la estaca es cualquier parte de la planta, obtenida a partir de ramas, tallos o incluso de las raíces, que colocada en las adecuadas condiciones ambientales es capaz de formar raíz y brotes. Las estacas más empleadas en la multiplicación de frutales, son las leñosas.” La longitud de las estacas por lo general es de 30 a 40 cm (Espinosa, 1996). Por lo cual, ellos utilizaron esta longitud en la implementación del vivero, estaquero.

En su entrevista, manifiesta que no posee infraestructura suficiente para acondicionar y acopiar los higos recién cosechados, por eso, una vez realizado este paso lo traslada urgente a fábricas.

En lo local, Sergio ofrece sus frutos a las elaboradoras de mermeladas, como son Chela y Leonilda y a otras señoras que elaboran para consumo local y algo de venta no formal.

Según la entrevista, la estrategia familiar de Sergio D. es apuntar a calidad de higo en fresco, continuidad y permanente capacitación, difusión, gestión familiar y propia.

#### **4.1.6 Caso 6**

Susana Ferrero y Ricardo Calaón, los 6° entrevistados, provienen de Rafaela, noroeste de la provincia de Santa Fe, traen a esta historia que están construyendo juntos, todo lo vivenciado en la zona

rural junto con sus abuelos en la zona de General Roca. Hace más de 25 años (llegaron en el año 1988 por traslado de Ricardo), que viven en Las Rosas.

Ricardo, con su trabajo (actualmente jubilado de policía, con poco más de 50 años), y el acompañamiento de Susana pudieron acceder a través de un crédito, a la compra de unas 5ha; reconstruyeron su casa, sembraron, criaron animales de granja y hoy apuestan a la biodiversidad, de cultivos y actividades. Se dedican a la cría de abejas, para cosechar miel de calidad, animales de granja, que no sólo es para autoconsumo.

También, les costó construir su propia historia. Sus hijos, Natalia profesional, contadora agradece a su mamá el esfuerzo por haberla hecho estudiar. Con el sueldo de policía no alcanzaba, entonces, Susana empezó a ofrecer achicoria cortada y otro tipo de verduras. Día a día juntaba lo que Natalia necesitaba no sólo para estudiar sino también para vivir en otra ciudad como Rosario. Hoy, Natalia, su hija mayor, está construyendo su propia historia, trabaja, cocina igual que su mamá, valorando los saberes y todo lo heredado por ella. Y no se olvida Susana, la mamá, de mencionar a Ricardo Jr., hoy papá, trabaja y Morena, la menor, está estudiando en Cañada de Gómez; en verano trabaja en una heladería, para que a sus padres no les resulte difícil ayudarla a terminar sus estudios.

La granja de Susana F y Ricardo C. está ubicada a 50 m al oeste de la localidad de Las Rosas, de fácil acceso. Su sueño se está cumpliendo de a poco. Se fueron a vivir a la zona rural luego de 5 años de estar en el centro de Las Rosas, allí planificaron los cultivos, las siembras, los animales de granja como ponedoras, conejos, corderos. Hicieron los cursos dictados en INTA.

Susana F. se ofreció a dar una mano en la forma de elaborar comidas saludables económicas en la biblioteca popular local.

Al analizar e interpretar la entrevista de este matrimonio, se percibe un buen ambiente laboral, familiar con muchas ganas de apostar al trabajo diario para crecer, para seguir mejorando la infraestructura de su granja modelo. Susana sabe hacer, sabe aprender y le encantan los nuevos desafíos, pero tiene muchos miedos.

De la entrevista, se denota que Susana a veces se siente un poco desamparada por el hecho de haberse sentido sin contención cuando necesitaba a su mamá y a su papá en los momentos de su adolescencia. Ella nos comenta que su mamá es muy diferente a ella, y que le gustaría que hoy la pudiera acompañar en este desafío y compromiso hacia la producción saludable. Por otra parte el haber sentido el abandono de su padre como un fracaso familiar Susana siempre se ha apuntalado junto a su esposo e hijos.

Trae a la realidad, a esta historia que ella relata, sus anécdotas en General Roca, un pueblo cercano a Rafaela, al norte de la provincia de Santa Fe, en la casa paterna, donde cuenta que su abuela era como ella, que le gustaba vivir en la zona rural, preparar tortas y comidas para la familia.



Cuando vienen a vivir a Las Rosas, en un primer momento alquilaron una casa en el centro, invirtieron y se dedicaron al negocio de sacar fotocopias, como una librería escolar. En sus ratos libres Susana le contaba a su amiga del alma, Leny que anhelaba vivir en el campo, para poder concretar el anhelo lejano, el de cultivar, el de respirar el mismo aire que le recordaba el campo de su abuela en General Roca.

Susana es muy inestable emocionalmente, a veces se deprime, su baja autoestima no la deja valorarse como mujer, ni como madre, ni ama de casa; su marido Ricardo la apuntala permanentemente.

Su lógica decae, se debilita, sin embargo, sabe hacer muy bien todo, es ordenada, ya que mientras Ricardo levanta pedidos, ella acondiciona la verdura para luego realizar la entrega. Pero, lamentablemente el cuerpo le pide descanso físico, mentalmente se critica, se lastima pensando que nadie la valora, que lo que ellos saben hacer no es valorado en lo local.

Para analizar la lógica dicotómica de Susana Ferrero, se partirá del concepto de Brunner (desarrollado por Alzate P, 2000) el postulado de la autoestima. Según este autor, tal vez la única cosa más universal sobre la experiencia humana es el fenómeno del "Yo" y se sabe que la educación es crucial para su formación. Ahora bien, hay dos aspectos del "Yo", que se consideran universales, el primero es la *agencia* y el segundo, la *valoración*.

La *agencia* del "Yo" deriva de la sensación de poder iniciar y llevar a cabo actividades por cuenta propia. Las personas se experimentan a sí mismas, como agentes. Para ello Brunner a partir de lo conceptual analiza que las personas construyen un sistema conceptual que organiza un "registro" de encuentros agenciales con el mundo, un registro que está relacionado con el pasado ("memoria autobiográfica"), pero que también está extrapolado hacia el futuro; un "Yo" con historia y con posibilidad, que se desborda hacia las cosas y las actividades.

Las escuelas y el aprendizaje escolar están entre los lugares y actividades más tempranos. La *agencia* implica no sólo la capacidad de iniciar, sino también de completar los actos, también implica habilidad o saber-como. El éxito o el fracaso son nutrientes fundamentales en el desarrollo de la persona. Y la escuela es donde el niño se encuentra con estos criterios por primera vez. La escuela juzga el rendimiento del niño y el niño por su parte, responde evaluándose.

La segunda característica, es la *valoración*. No solo se experimenta el "Yo" como agente, se valora también la eficiencia en llevar a cabo lo que se esperaba o lo que se pidió hacer. El "Yo" va tomando cada vez más el sabor de esas valoraciones. Según Alzate P (2000) Brunner llama "autoestima" a esta mezcla de eficacia y auto-valoración. Es decir, la combinación de aquello que se cree que uno es, e incluso se espera ser capaces y lo que no se tiene está más allá del alcance propio.

De una forma más positiva, si la *agencia* y la estima son centrales a la construcción de un concepto del "Yo" entonces las prácticas ordinarias de la escuela deben examinarse desde la perspectiva de qué contribución hacen a estos dos ingredientes cruciales de la persona.

Ante estos conceptos, el gran problema de Susana viene desde su infancia. Ella, de alguna manera, está tratando de asumir, o de rever su historia, de canalizar y poder comprender lo valorada que debe ser y poner su “Yo” ante cualquier circunstancia; ante ello, este año decidió comenzar un tratamiento.

Según lo volcado anteriormente, Susana tiene iniciativas propias, su *agencia* salta, pero no le dura ese entusiasmo. Ella se capacita, se prepara, elabora, produce, pero su falta de autovaloración se denota en el momento de vender, en el momento de ofrecer. Ante su carencia, es Ricardo el marido el que toma contacto con la gente para no perder la permanencia en la comunidad.

A pesar de sus miedos, sobre todo a la competencia, su lógica de continuar en la producción es abastecerse con alimentos saludables, pensar en el bienestar de su familia y acceder en algún momento a mejor infraestructura para mejorar la calidad y aumentar la producción. La familia es su principal eslabón que la mantiene unida al trabajo de la tierra. Su experiencia en la infancia con falta de afectos paternos, según cuenta, es que no quiere que sus hijos vivan lo que ella vivió, la falta de atención de la madre y la ausencia del padre influyeron en sus grandes miedos actuales.

Hoy recuerda aquellos años las anécdotas que su abuela le contaba donde disfrutaba los olores y sabores de lo rural y que a ella la ayuda a persistir en el presente sus habilidades.

Susana F. la señora de Ricardo, ve a la competencia como una amenaza para poder vender sus productos en la zona. No ocurre así con otros productores, que consideran positivo la competencia para que los consumidores directos e indirectos comparen los productos. Aparentemente, le costó encontrar su espacio para poder jugar y relacionarse dentro del sistema de posiciones de cada uno de los actores que se mencionaron.

Para ellos, planificar es organizarse, es ordenar los tiempos y conocer los procesos productivos de los cultivos para poder programar no sólo, la producción sino también el momento de entrar al mercado.

Apenas se instalaron en la granja Susana y Ricardo prepararon superficie sólo para autoconsumo y a su vez aprendieron a organizar las tareas no sólo de la huerta sino también en el seno familiar; por ello se animaron a planificar más superficie para sembrar y obtener excedentes que les permitiera ofrecer verduras cortadas en negocios locales. Autogestionaron sus propios anhelos.

Trabajan a través de un sistema agrícola diversificado a través del cual se promueve la biodiversidad a lo largo de escalas espaciales, de la parcela al campo y al paisaje. Los cultivos son plantados y los animales de granja criados conjuntamente; de allí resultan interacciones que fomentan el funcionamiento de los sistemas de cultivo en formas que reabastecen los ecosistemas naturales.

Los métodos empleados dentro de una granja diversificada pueden incluir un mínimo de labranza de la tierra, cultivar cosechas múltiples juntas, plantar cultivos de cobertura e intercalar árboles y arbustos con los cultivos y los animales de granja. Los sistemas de cultivo diversificados no sólo se enfocan en producir alimentos y proteger el medio ambiente; para ser verdaderamente sustentables, también deben

proveer un sustento a los productores y a sus trabajadores y, a apoyar a las comunidades que dependen de ellos.

De acuerdo con lo dicho por los entrevistados, empezaron con el “boca en boca”, a vecinos, amigas, maestras y se incorporaron a la feria desde el principio, desde diciembre 2011.

Como estrategias, Susana y Ricardo apuntan a calidad (sin agro tóxicos) y continuidad en la planificación.

#### **4.1.7 Caso 7**

Si se habla de Don Miño, el 7º entrevistado, que hace más de 30 años que se dedica a esta actividad, se puede comprobar de dónde proviene el oficio de cultivar verduras. Don Miño vive en Las Rosas, hoy es jubilado y hace la “quinta” para ayudar a la jubilación que prácticamente puede ahorrarla todos los meses.

Se deduce de la entrevista de Egidio Miño, el amor a la cultura del trabajo, de cultivar la tierra. Menciona permanentemente que la “quinta”, según la llama él, es todo. Le dio vida y le permitió generar una salida laboral. Dice que de chiquito viene “mamando” lo de cultivar la tierra. Aprendió en la infancia el oficio de sobrevivir. Proviene de la zona centro de Entre Ríos, de una familia muy carente de necesidades básicas; eran muchos hermanos y él por ser el mayor, tuvo que dejar la escuela para colaborar con la comida diaria.

Su afán de mejorar sus ingresos, le permitió, que una vez instalado de joven en Las Rosas y trabajando en la curtiembre, pudo darle a su familia el sueño de una casa propia.

A pesar de que ha sido asesorado, envasa las verduras sin previo acondicionado y de todos modos vende muy bien, en bolsitas transparentes. Sale miércoles y sábados a vender, tiene clientes fijos en los barrios y además de verduras, en su carrito, agregó algo de nueces de pecán que cosecha en el predio que le prestan y a veces, mermeladas.

Se descubre en su lógica, la idea de cultivar siempre, no perder el contacto con sus clientes y salir a la calle para el reconocimiento y contacto directo con su gente. Él remarca que las ventas de las verduras le han dado la oportunidad de mejorar sus ingresos, afirmando que puede ahorrar la jubilación.

Siempre está presente, recorre las calles, así llueva, se pone la capa y botas y nunca se cansa. Permanencia, continuidad y planificación son sus “armas” para mantenerse y ser visible ante los compradores.

No le preocupa tanto el clima, a excepción de cuando hay sequía porque le cuesta manejar los tiempos de los riegos. Y es allí, cuando se pierde calidad de las verduras de hoja y sus ventas decrecen. Igualmente ello, no le impide seguir sembrando en épocas de altas temperaturas, porque dice que algo va a nacer de las semillas.

Su presencia en los barrios, es una estrategia innata, que le permite continuar a pesar de todo. Su autogestión proviene de su familia, le enseñaron el oficio del trabajo, de la cultura de cultivar y producir. Trae sus aprendizajes al presente e intenta continuar porque ser parte de la tierra a través del trabajo con la huerta, lo hace ser feliz.

Al principio, iba a la huerta después del trabajo junto con sus hijos. Desde el '98 que quedó sin trabajo, siguió con más entusiasmo con la quinta. Hoy, puede salir a repartir dos veces por semana cuando hay producción.

Sus hijos tienen su familia, su trabajo y no pueden ayudarlo.

En la actualidad, su rutina es la siguiente: empieza a la mañana, desde las 7 hasta las 11:30/ 12:00 hs. Después se va a su casa y regresa 14:30/15:00 hs. y se queda hasta la noche, hasta que anochece. Todos los días, hasta el domingo trabaja un rato a la mañana.

Organiza las actividades, puntea, prepara los tablones, siembra y riega.

Don Miño comentaba en la entrevista que el salario de obrero siempre fue poco, esto fue para ayudar siempre al sueldo. Dice:

*“y traía a los chicos cuando eran chicos y me alcanzaban algo, y era mejor tenerlos acá a los chicos. Que me alcancen algo y que no anden en la calle. Y después cuando yo trabajaba, de la verdura que se sacaban, salían a repartir ellos y era para ellos...”*

*Y acá yo siembro zapallito, siembro chaucha, siembro achicoria ancha, achicoria fina, lechuga, escarola,, rúcula, tomate, calabaza, y esas cosas. Rabanito...”*

En la entrevista él siempre repite que hace muchos años que empezó y siempre, cuando no sabía algo, se dirigía a las personas mayores preguntándole sobre los cuidados y tipos de cultivos. Cultiva todo en forma natural, sin ningún fertilizante, trabaja con las épocas y con la luna. Responde de la siguiente manera: “Lo que viene abajo, va con luna vieja, con dos o tres días después de luna llena. Lo que viene arriba, que hace hoja, se siembra con luna nueva para que crezca rápido.”

Fue su padre, quien le transmitió lo de quinta y la gente grande, dice él.

Para salir a vender, hay que preparar un día antes la verdura y al día siguiente, sale ofreciendo en el centro, en oficinas, clientes fijos, tocando timbre o silbando; la gente lo espera, lo reconoce porque detrás de su bicicleta tiene un carrito cargado con sus productos.

Se siente feliz haciendo la huerta, no se imagina haciendo otra cosa. Agrega:

*Cuando era chico, cuando estaba en mis pagos, sabía ir a una verdulería, a la mañana, y salía a repartir verduras, y frutas así y me daban el veinte por ciento. Y a la tarde, a la panadería, repartía cosas de panadería, facturas, de panadería. O si no, salía a limpiar terrenos así, hasta yo supe hacer mandados allá, acarrear agua, porque allá por colación el agua está muy Honda, salía muy Cara, y había surtidores públicos cada dos cuadras y salía a llenar los tambores de agua. Iba al surtidor y lo llevaba una cuadra o dos lo llevaba con los baldes.*

Don Miño desde su niñez trabajó, valoró todos los trabajos y a cada uno le dio una impronta personal, por eso su lugar en Las Rosas es especial. Pudo jugar, repartir emociones y transmitir sus saberes a quienes el contactaba.

Trabajó 34 años en una curtiembre, primero como peón y después aprendió en una máquina para lijar un cuero; lo dejaron sin trabajo porque habían hecho huelga unos compañeros de trabajo.

Más tarde, por los años 1998, la Municipalidad de Las Rosas le dio un Plan Trabajar, le tomaron la quinta como un Plan Trabajar y vivía con ese Plan y la quinta, y desde hace un par de años está jubilado.

Según él se podría decir que su trabajo le marcó un estilo de vida, la “quinta” fue, es y será su “fuerte”.

Luego de la entrevista Don Miño, recibió una remera de Prohuerta (mangas verdes, cuello naranja) y desde ese entonces, sale a vender con la remera con el orgullo de mostrar que recibe las semillas del INTA.

En la entrevista, insiste mucho en el trabajo y en el valorar todo lo que la tierra provee. Su estrategia es la continuidad y permanencia en las ventas.

#### **4.1.8 Caso 8**

Ovidio Pierini, el 8º entrevistado, es jubilado. Fue visitado un par de veces y no se animó nunca a que lo grabaran ni a responder preguntas, así que con visitas periódicas en su espacio pude construir la entrevista. Él trabajaba con las cosechadoras, tiene una de él y otra, junto con su hijo. Siempre hizo huerta, pero desde hace dos años produce para “vender”.

Sin saber de teoría pero, conociendo la forma de cultivar la tierra, Ovidio entrelaza sus historia de vida y rememora cómo fueron sus inicios en la producción de verduras.

Siempre trabajó con máquinas cosechadoras junto con su padre y su abuelo y en el campo, aprendió lo importante de producir el alimento para llevar a su casa. Su aprendizaje y transmisión natural desde lo familiar, le ayudó a creer en producir verduras para vender y ofrecer a los vecinos.

Es muy humilde en su forma de hablar, y se denota su amor por la azada, la tierra y las verduras que él mismo cultiva. Es cálido al expresarse, permanentemente reitera que tiene achicorias de distintos tamaños, y esto se debe a los gustos y preferencias del consumidor, ya que a algunos les gusta dura y amarga y a otra más tierna y no tan fuerte. Esto se llama escalonamiento de la producción, quizás no lo mencione de esta manera, pero es una forma de planificar, para disponer durante todo el año verduras, sobre todo achicoria, que es lo que más vende y cebollas tiene 3 “tamaños”, de las cuales comenzaría a cosechar a fin de mes.

Ha preparado en cajones plantines de albahaca, tomate y pimiento para trasplantar apenas el clima lo permita. No le preocupa el clima, ni los competidores, no tiene ambiciones de mejorar sus ventas. Lo

hace por convicción, seguramente por necesidad de disponer diariamente algo de efectivo, pero no aspira a crecer mucho más, ni a intentar formar parte de un grupo de productores.

Se puede redescubrir su lógica: convicción, calidez en su diario contacto con las amas de casa que le permiten vender, calidad y a buen precio. Pareciera ser un legado familiar y lo quiere mostrar. Se animó a agrandar la superficie cuando los vecinos le empezaron a pedir. Y luego de dos años de cultivar para los vecinos está orgulloso de su huerta y de que los mismos valoren su verdura.

Está en él continuar sembrando, cultivando y seguramente a la espera de que algún sobrino pueda “tomar parte de sus saberes”.

Se descubre su lógica de producir no, por una necesidad sino porque se siente bien al hacerlo y poder brindarle a la gente del barrio verduras elegidas por ellos. Sabe hacerlo, sabe cómo y cuándo sembrar y de a poco va agregando más cultivos de acuerdo con la demanda de los consumidores cercanos. Su lógica está en satisfacer a sus amigos, familias, vecinos, en cuanto a calidad, cantidad, en aprender haciendo, cosechar y cultivar mientras el clima lo deje.

Le prestan el terreno que está sobre la calle Chacabuco, bien cercado y donde produce verduras de hoja y casi 3000 plantines de cebolla trasplantadas.

Los vecinos lo ven en la huerta diariamente y se acercan las amas de casa con su bolso a comprar acelga, achicoria, cebollas. Dispone en el lugar de un tablón en un quincho donde acondiciona las verduras y depende de la preferencia del consumidor, la clasifica, la corta y la coloca en bolsitas cortadas, no en bandejas porque es más costoso y sino en papel de diario.

Los vecinos cuentan que las verduras recién cortadas duran mucho más en la heladera y otra ventaja es que eligen ellos si quieren la misma. Él prefiere esta forma de venta, en su espacio, en su lugar de producción y prefiere que los consumidores elijan las plantas a llevar, accesible para todos.

En las épocas en que no está a cargo de la cosechadora, Ovidio llega a la huerta por la mañana bien temprano y permanece allí hasta el mediodía, a la espera de que las vecinas se acerquen a elegir sus verduras para el almuerzo.

Por la tarde, en invierno regresa después del mediodía y en verano, llega después de las 17.00 hs permaneciendo hasta que el sol le permita.

Cuenta que siempre hizo huerta, sobre todo que su padre y abuelo le enseñaron a sembrar, a cultivar y a conocer los ciclos productivos. Para ello, en el diseño de la huerta tuvo en cuenta lo siguiente: distribución adecuada de los surcos, cerca del agua de riego, orientado de Este a Oeste, por tener una pared norte cerca. A fin de proteger los cultivos contra gallinas, gatos, perros, etc., debió cercar el terreno con los materiales disponibles. Por ahora, la superficie del predio donde se encuentra la puede manejar porque dispone de horas libres.

Y por otro lado, cuenta que define las épocas de siembra de acuerdo con ciclo agrícola.

- Primavera – verano.
- Otoño-Invierno.

En la planificación de cultivos considera qué, cuándo, dónde y cuántas plantas va a cultivar en relación con sus requerimientos de espacio, luz, agua, época de siembra, maduración, tolerancia de unas a otras, tolerancia a condiciones del suelo, clima, entre otras consideraciones.

En un sector, a la entrada de la huerta prepara un camellón con abono, es decir compost orgánico. Este le sirve para cuando realiza el cambio de verduras, es decir “rota” los cultivos porque cosecha, entonces, allí debe reponer la fertilidad de los nutrientes a través de este compuesto elaborado por él. Abonar, significa reponer con “abono orgánico” los nutrientes al suelo donde se cultivaron durante un tiempo, verduras en forma intensiva. Nos dice que en la abonera, utiliza en forma de capas, pasto seco, ramas, bosta de caballo, restos de verduras que no son vendidas, ortiga (maleza indicadora de buena fertilidad) y que después de unos meses en invierno, lo puede usar y que en verano, este tipo de pila o camellón está lista más rápido por las altas temperaturas que hacen que el proceso de fermentación se acelere.

Estar en la huerta, le ayuda a ocupar parte de su tiempo libre; él sabe que su huerta es como una postal porque atrae a los vecinos para que le compren.

La estrategia más válida de este productor está a la vista, la huerta es “una vidriera” parece una postal que atrae a las amas de casa a elegir su verdura.

#### 4.1.9 Caso 9

La 9ª entrevista fue realizada a José Páez, de 37 años, proveniente de San Pedro, pero nacido en Entre Ríos. Cuando comienza la entrevista el comenta que aprendió todo a través de su padre y de sus abuelos.

José cuenta cómo fue su infancia. Desde pequeño le enseñaron el oficio de trabajar la tierra, aprender a cosechar de ella; de chiquito ya trabajaba por necesidad y se quedaba sin trabajo continuamente porque era menor de edad ya que en algunos lugares no permitían incorporar a menores. Él siempre veía a su padre en la quinta; desde los 11 años trabaja colaborando y aprendiendo el oficio de la cultura de la tierra. Con un amigo, de pequeño hacían albahaca en maceta para luego vender y cuenta:

*mi padre era injertador de rosas; todos mi hermanos saben injertar; todos sabemos trabajar en viveros. Estudié, en el tema de la quinta, en el INTA de San Pedro, fui a muchos cursos, talleres y hoy me gusta enseñarle a otras personas lo que alguna vez aprendí.”*

*Aquí en Armstrong llegué en el 2000, luego de la crisis, ya que tengo una media hermana aquí que me hizo entrar a trabajar en una estación de servicio.*

José cuenta que se vino a Armstrong porque se separó de su señora y quedarse allí en San Pedro, se le hacía imposible por todo lo que había sufrido. Dejó una familia, sus hermanos, un hijo de 9 años. Sólo regresa

una vez al año para las fiestas. Agradece haber conocido aquí a su segunda señora ya que le transmite mucha paz aunque no comparte el oficio de cultivar.

José, en la entrevista, está muy ansioso de contar toda su historia de vida, de demostrar a la gente que se puede, que si hay voluntad, salud y se sale a golpear puertas con respeto, la gente te abre su corazón y te brinda una oportunidad de trabajo.

Es joven, con 37 años lleva mucho tiempo trabajando la tierra, aprendiendo desde pequeño a ganarse el pan de cada día. Aprendió a través de su padre, su abuelo y sus hermanos mayores no sólo el oficio de producir hortalizas sino también lo referente a rosas, injertos y demás “yerbas” diría él.

Es abierto a continuar aprendiendo, cada día se conecta más al cultivo de la tierra, busca información, lee y recupera historia y saberes de sus abuelos. Está muy orgulloso de hacer lo que sabe hacer, no le cuesta el oficio, no lo siente como una carga.

Produce con enfoque agroecológico, usando insecticidas que no perjudican a la salud. La práctica de control de plagas incluye como insecticidas a la particular utilización de elementos biológicos y/o naturales para disminuir la población de insectos plaga.

Las principales ventajas respecto del uso de químicos, según el entrevistado, se deben a que son: *productos que respetan el medio ambiente, suelen tener un plazo de seguridad de cero días, es decir, que desde el tratamiento hasta poder cosechar no hace falta que pase ni un día (hay excepciones, sobre todo en los minerales como el cobre o el azufre). La gran mayoría, a excepción de los minerales, son 100% biodegradables, no dejan residuos, por lo que en el consumo de frutas y hortalizas no ingerimos ningún tipo de tóxico derivado de su uso.*

José reconoce las ventajas de las prácticas agroecológicas y decidió utilizarlas desde sus inicios. Esta es otra fortaleza suya, la de reconocer las buenas prácticas agrícolas que no perjudican la salud de su comunidad.

Se percibe su lógica de saber hacer, querer lo que hace y ser abierto para continuar aprendiendo, para luego, transmitir sus saberes. Quizás, no conozca de “habitus”, ni de capitales, como conceptúa Bordieu, pero sabe que su gran fortaleza es lo que “lleva adentro” desde la infancia. Agradece al INTA la oportunidad de haber aprendido desde lo teórico y reconoce lo importante que es seguir aprendiendo.

Es organizado en la producción, planifica sus siembras de acuerdo con la época de los cultivos, escalona, utiliza abonos para reponer fertilidad, rota, asocia los cultivos.

En la entrevista deja entrever, que quizás esté buscando la forma de abastecer al mercado local, pero para ello tendrá que diagnosticar y ver qué demandas hay a nivel compradores y buscar tecnologías e infraestructuras, para mejorar la productividad y a su vez coordinar, con otros productores, para no superponer verduras.

No le tiene miedo a la competencia, sólo respeta el lugar donde vende; no se acerca a verdulerías por ahora, para evitar confrontaciones con verduleros habilitados. Ante esto, él aspira ser más reconocido, en caso que fuera registrado ante un padrón, aunque sea a nivel municipal.



Luego de muchos trabajos temporarios en la localidad de Armstrong, José consiguió un terreno grande para producir verduras de hoja, haciéndolo con su señora al principio: “El mercado del consumidor, en Armstrong es amplio” dice, “la gente, a mí me compró desde siempre; empecé casa por casa porque mis verduras están siempre verdes. Aprendí mucho al lado de mi familia y hoy estoy aquí por trabajo.”

De vez en cuando, menciona que su señora dice que su trabajo en la huerta no es digno y él se enoja, aunque lo ayuda en algunas ocasiones. Para no quedarse nunca sin verduras, mira los precios de las verdulerías, compara los mismos y busca la economía de la gente para que todos puedan consumir. El hecho de escalonar significa sembrar el mismo cultivo cada 10 o 15 días para tener verdura siempre disponible.

Y no tiene problemas en las ventas; le compra todo tipo de “gente” como le llama él. “José supo ganarse la confianza de la comunidad de Armstrong”, así anticipa Marta, promotora de Armstrong, quien hizo el contacto de los técnicos con él para entrevistarlo e invitarlo a formar parte de los cursos. Y José reitera *“Aquí me valoran, me cuesta por el tema económico invertir en infraestructura y además porque no tengo una finca de mi propiedad, pero lo más difícil recalca, es la gente para poner a trabajar no consigo para que me ayude”*

Su gran sueño es poder tener mucha superficie, con gente a cargo a la que él le enseñaría el oficio y abastecer el mercado local, llegando a todas las verdulerías, sobre todo con las hortalizas de hoja, algo de raíz, excepto papas. Él dice que “es cuestión de poner voluntad y dar manos a la obra.” Para ello, adelanta que necesitaría incorporar un sistema de riego, que incluya bomba, caños, mangueras y todos los accesorios necesarios para que el sistema funcione.

Al incorporar un equipo de riego por goteo, también necesitaría incluir un sistema de equipo de ósmosis inversa que cumpliría la función de “acondicionar” el agua eliminando sales perjudiciales para algunos cultivos, ya que en Armstrong y en otros suelos del departamento Belgrano, hay zonas con un alto contenido de sales que perjudican la productividad, en especial, de hortalizas.

Cuando está bien diseñado y manejado, el riego por goteo tiene muchas ventajas sobre otros métodos de irrigación, incluyendo: la eliminación de la escorrentía superficial; nivel constante en la humedad del suelo; alta eficiencia en el uso del agua; flexibilidad en la aplicación de fertilizantes que previenen el crecimiento de malezas y enfermedades de las plantas.

Los sistemas de goteo también, pueden ser fácilmente integrados en los sistemas de fertirrigación y automatización. En los sistemas de riego tradicionales, el agua se aplica en el campo entero, ya sea por aspersión o por riego por inundación, lo que representa una pérdida significativa de agua. El riego por goteo, es un método moderno en el cual el agua es aplicada directamente a la zona radicular de la planta.

El entrevistado cuenta que el principal desafío en el diseño de un sistema de riego por goteo es seleccionar la combinación correcta de la distancia entre los emisores, su número total y el caudal requerido

para un suelo y un cultivo dado. Los dos factores principales que afectan a la selección de la combinación adecuada son las características físicas del suelo y las necesidades hídricas del cultivo.

José primero necesita conseguir un buen lote, no menos de 5 has después planificará cómo continuar con su proyecto de vida. Para ello, ya se puso en campaña para lograrlo, mientras tanto continúa siendo “zorrito” en la Municipalidad. (Zorritos se les llama a los inspectores de tránsito) y buscando la forma de organizarse para gestionar y poder cumplir su sueño.

Pretende vender casa por casa y una vez, dice que intentó con verdulerías pero considera que los verduleros lo ven como competencia, así que no vende cerca de los negocios y no cree tener competidores, ni personas que produzcan ni vendan, ni gente de afuera.

Hoy, le agradece al gobierno municipal actual por darle la oportunidad de acceder a un trabajo estable como es ser “zorrito” o inspector de tránsito y en sus tiempos libres, se dedica a trabajar en sus “quintas”, como dice José, para progresar.

Su gran sueño es abastecer a todas las verdulerías, con verduras “orgánicas”, con el sello del Pro huerta. El Pro huerta de INTA para José, fue y es muy valioso en su historia porque considera que lo guió y lo acompañó en cada momento.

La estrategia más fuerte de José es producir verduras de muy buena calidad, tener presencia vendiendo en forma permanente y dar a conocer su procedencia.

#### **4.1.10 Caso 10**

La 10ª entrevista fue realizada a Cristina Tapia, de Armstrong. Ella cuenta que vivían en el campo donde criaban animales y hacían huerta. Hace 20 años que están en el pueblo; primero él se jubila, luego se enferma. Cerca de la casa que habitaban, había un terreno baldío y luego de pedir prestadas herramientas, trabajaron durante 6 meses para limpiarlo ya que había basura y árboles. La entrevistada dice:

*Hoy vivimos con la jubilación de mi marido. Un día Marta (promotora del Prohuerta dentro de la Municipalidad) me regaló ponedoras del INTA, entonces hoy puedo vender huevos, algo de verduras, hacemos panes. Estamos solos porque nuestros hijos cada uno tienen su familia. Producimos, ajos, lechugas, achicoria, rúcula, camotes, acelga.*

Cuenta que Marta, de la Municipalidad, los ayudó mucho, luego de una exposición-taller en su casa. Agrega además, que una vez que los filmaron los del canal local, la gente empezó a comprarles. “*Vendemos cortado, sobre todo la achicoria, huevos, preparamos la verdura limpia y prolijita*”, decía Cristina.

Cada tanto, ella colabora en la Municipalidad de Armstrong en el barrido de las calles o cuando necesitan hacer actividades para los chicos, porque desde tal institución siempre les ayudan no sólo en la atención para la salud en viajes a Rosario.

Los vecinos le compran siempre y quedan muy conformes con las verduras. Cuando el marido de Cristina está bien de salud hace changas y puede aportar un poco a la economía del hogar *“Lo que hacemos es para ayudar en la economía, porque venimos del campo y allí hacíamos de todo.”*

La mamá de Cristina queda viuda de joven; y se casa al poco tiempo con un señor que trabajaba en la cosecha y fue su padrastro quien les enseñó todo lo que saben hacer.

Relata en la entrevista que quería estudiar de maestra, pero no pudo hacerlo porque tuvo que trabajar hasta que se casó de jovencita. Destaca, siempre su vida en el campo, allí en ese espacio hacía de todo, huerta, animales, quesos, carneaban, *“todo lo aprendimos en el campo”* nos dice. Y agrega: *“Hasta más de 100 gallinas supimos tener. Era tan lindo” “Era todo paz, no nos faltaba nada de nada”*.

También dice que ella habla mucho y que si más habla, más vende. Cuando se le pregunta en la entrevista si se animaría a conformar parte de algún grupo, de producción o de elaboración de alimentos responde *“No me gustaría trabajar en grupo; sí, con mi marido, en forma particular (las ventas)*. Dice esto porque le parece que ofreciendo en forma particular vendería más y a mejor precio que si le vendiera o vendiese a alguna verdulería para abastecer. No tiene aspiraciones ni sueños de crecer, sí de producir verduras sanas, poder consumir y que la gente y/ o sus amigos puedan acceder a comprarles.

En la entrevista, tenía miedo o vergüenza porque venden, les parece que vender es algo prohibido. No siente vergüenza por el tipo de trabajo, sino como que al no estar inscriptos y al no tener los papeles al día como que no está bien no estar registrados ante la AFIP.

Tienen dos hijos a los que ayuda con los cuidados de sus nietos y sobre todo en la alimentación. Valora lo que sabe hacer, porque así puede darle a su familia una alimentación saludable.

Identifica a Marta, hoy promotora institucional, que es la que le abrió las puertas para que la conozcan como productora de verduras.

Cristina es muy conversadora, sabe contar cómo hace sus tareas diarias, sabe transmitir y valorar lo aprendido durante su vivencia en la zona rural en su infancia y adolescencia.

Por un lado, recuerda lo aprendido en el campo y por otro, reconoce la oportunidad que le dio el INTA junto con la Municipalidad, de haber hecho una reunión en su huerta. A partir de allí, fue más reconocida y aumentaron de a poco, sus ventas. Sus vecinos le compran todas las semanas. Por ahora, no piensa, aumentar su producción. Sólo quiere producir en forma sana y que su gente la valore por sus productos y por el saber hacer.

Le gusta además, compartir experiencias, participar de encuentros con otros huerteros y transmitir lo vivenciado por ella, hasta ahora.

Su lógica está en hacer las “cosas” bien, cocinar, cultivar y que la gente pueda disfrutar de lo que ella hace. Su lógica es sólo producir sano. Sólo quiere ser solidaria con aquellos que en alguna oportunidad la ayudaron.

Cristina es muy querida en su barrio, porque es trabajadora, porque es buena vecina y trata de ayudar en las problemáticas de su vecindad. Aunque no está en los papeles, ni en la formalidad, es una promotora más de Prohuerta, porque multiplica la propuesta del programa sin proponérselo. Estas actividades comprenden por ejemplo, todo encuentro entre promotores y huerteros, intercambios entre éstos y los técnicos, entre los propios “huerteros”, etc.

Cristina es así como la presentamos, inquieta, respetuosa, ansiosa por aprender y a la espera de nuevos encuentros con sus pares que harían posible un reconocimiento de la agricultura familiar en el territorio. Sin conocer de conceptos, su lógica es esa, la de respetar, la de tener ansias de seguir aprendiendo, la de ser solidaria en su barrio y responder a las visitas de la promotora local, Marta.

Su lógica también, es contagiar a sus vecinos a aprender a producir y comer sano .Ni piensa en la competencia, sólo quiere que la gente se anime a producir más.

Estrategia utilizada por Cristina, saber hacer, vender calidad con prolijidad y productos económicos.

#### **4.1.11 Caso11**

La 11° entrevista fue realizada a Mónica María del Rosario Caminos, de Armstrong, casada. Ella produce verduras, panificados, viandas. Mónica y su marido son provenientes Nogoyá, Entre Ríos. Allá, de soltera aprendió mucho en el campo. “Tengo antecesores italianos y suizos”, nos comenta. En su ciudad natal, Nogoyá, hacían pastas, canelones, tallarines todos los fines de semana .Eran ella, su esposo y su hermana, y comenta que siempre tuvieron la bendición de que la gente “de nivel”, los valoró y les compró. La gente “de nivel”, según Mónica es aquella que no tiene privaciones y puede elegir qué hacer con lo que gana. Remarca siempre que le gusta lo artesanal y lo casero sin el uso de conservantes. Agrega:

*“Cuando llegué a Armstrong trabajé en una zapatería, en otra oportunidad de moza, hasta que abrimos una panadería, porque vimos que la gente nos compraba pericos, bizcochitos, tartas, ofreciendo siempre en oficinas de abogados, en la Municipalidad, y en el hospital”.*

Cuenta además que preparaban pericos (bolas de fraile rellenas con membrillo), tortas, tartas, biscochos. Su hijo menor era y es el que sale a vender con una canasta y guantes. Lamentablemente, tuvieron que cerrar la panadería porque los impuestos eran muy altos y la osteoporosis que padece Mónica le impedía a veces cumplir con la producción diaria. Es su propia gestora, aprendió el oficio y emprendió junto con su marido una forma distinta de elaborar.

Conoció a Marta, promotora de la Municipalidad de Armstrong; que la guió en la implementación de una huerta, pero tuvieron una gran sequía que los afectó, por eso les dedican más a los panificados caseros, porque la huerta depende mucho del clima y a veces, cuesta planificar y organizar.

Mónica relata su historia desde donde viene su amor por el arte de cocinar. En la entrevista menciona lo aprendido a través de su madre y las ambiciones personales de mejorar su bienestar y el de su familia. Supo capitalizar lo aprendido y traer los saberes de su ciudad hacia otra zona completamente distinta.

Atravesó muchos emprendimientos, primero la huerta, luego la panadería, y hoy sueña con una empresa familiar de servicios de atención en eventos, o en fiestas donde ella sería la encargada de coordinar la misma a través de todos los requerimientos, desde el alimento hasta la decoración.

Le costó mucho estabilizarse económicamente en Armstrong, trabajó en muchos oficios y su marido después de 5 años de estar radicados allí, consiguió trabajo de soldador en una fábrica. Su dinamismo interno lo movilizó para seguir creyendo en que si hay salud, el trabajo se puede generar desde sus capacidades.

Durante la entrevista se pueden entrever sus ganas de trabajar sobre todo, en lo que más sabe hacer, que es la pastelería. Se dedicó durante mucho tiempo a revalorizar sus experiencias y aprendizajes, desde su ciudad natal hasta su llegada a Armstrong. Su lógica es abrirse hacia espacios de capacitación permanente, obtener constancias que validen sus conocimientos. Su acercamiento a la promotora local le permitió ser parte de un grupo de docentes de Promoción Comunitaria, colaborando como auxiliar y otras veces a cargo de los talleres de repostería y panadería artesanal.

Dice: “Llamamos panificados artesanales, a todo tipo de elaboración “hecho como en casa”, donde se trabaja con recetas propias, caseras y sin el uso de conservantes”. Este tipo de elaboración forma parte de su lógica.

Para la elaboración del pan, comenta que intervienen muchos elementos: levaduras, proteínas, azúcares. Así, como muchos factores que podrían afectar a la calidad final del pan: la temperatura, la humedad, además, el tipo de trigo que se utilice, las distintas sales que se les incorpore, la clase de agua, la presión atmosférica y es importante resalta Mónica, “la calidez con el amasado”. Por ello, es posible considerar que también está en su lógica brindar productos de calidad, con elaboración artesanal, validar sus capacidades y demostrar que la calidad artesanal no sólo está en “lo hecho en casa” sino en la impronta de cada mano que amasa.

Mónica es gestora de sus propias acciones, su familia la acompaña en cada decisión, dejando entrever que necesita de su promotora para algunas gestiones, así que en algunas oportunidades su gestión es mixta.

En la actualidad, Mónica, luego de 8 años de vivir en Armstrong, enseña en un taller de la Municipalidad, es junto con Marta, responsable de los talleres de panes y pastas caseras

En Armstrong le compra la gente trabajadora, la gente que puede pagar, la mayoría la conoció a través de haber sido cliente en la panadería, que sólo la pudo sostener un año. Cree que la gente confía en ella, que valora lo que sabe hacer y no cree tener competencia en lo que elabora, además habla sobre las

instalaciones de su cocina, que tiene la infraestructura en condiciones (que le quedó cuando tuvo la panadería).

También menciona los cursos que ha realizado en Entre Ríos, a través de un aula satelital, priorizando las capacitaciones cortas.

Dice:

*“Mi padre no me dejaba ir a la escuela, él era el capataz de la estancia y decía que era peligroso que fuéramos a la escuela solos, así que siempre en casa, con mi madre, aprendiendo a cocinar y a valorar las recetas de mi madre., así que cuando cumplí los 19 años finalicé la escuela primaria como algo pendiente de mi vida.”*

Una de las estrategias válidas de Mónica es saber hacer, su presencia, y la calidad de lo artesanal. Sabe transmitir su amor por el trabajo de lo artesanal y por la cultura del trabajo.

#### **4.1.12 Caso 12**

La 12<sup>o</sup> entrevistada es Cristina Blaffert de Fontana, ama de casa, vive en la zona rural al noroeste de la localidad de Las Rosas, desde que se casó. Tuvo 3 hijos, 2 varones y 1 mujer. Ella y su familia tienen un tambo pequeño, con 20 madres lecheras y algunas vaquillonas para reposición; crían animales de granja, siembran algo de soja y lo nuevo para ellos, desde hace más de 6 años, es producir “Gírgolas”. Algo nuevo, que quizás se puso de moda, pero no es tan complicado cultivar.

Cristina y su marido vieron la posibilidad de incorporar “algo más al campo”, pensando en no invertir casi nada y en hacer algo diferente. Toda esa movida en su forma de encarar los negocios surge cuando el precio de la leche no sube y cuando los tambos chicos comienzan a estar fuera del sistema.

Cristina, antes de animarse a cultivar gírgolas, realizó cursos de capacitación y consideró oportuno empezar luego de 2 años de haber visitados criaderos y pequeños productores de otra zona y después de ver si era viable producir y vender en nuestra zona.

Para ello, compró una bolsa pequeña con cepas, semillas de este tipo de hongo y se animó a cultivarlos en un galpón cerrado y húmedo. Así, empezó este desafío de producir un cultivo diferente en las Rosas. Afirmar que “cultivarlo no es fácil, pero tampoco imposible”.

Las ventajas comenta, son que este tipo producción es natural ya que no se utiliza agroquímicos y a su vez se exige muy poca mano de obra y puede hacerse en cualquier lugar.

Cristina ha participado en ferias del grupo de productores agroecológicos porque sabe que la forma de producir de ellos es sin el uso de productos perjudiciales para el hombre y que se proyecta producir de esta forma.

Se descubre su lógica de hacer algo más para mejorar sus ingresos, aunque por ahora, no aspiran a producir mucho más, ni desean invertir más en el cultivo. Ella y su esposo, atravesaron dos etapas, la

primera que se produce con el quiebre del mercado de la leche, en la década del '90 y la otra, de aprendizaje y puesta en marcha del proyecto de producir algo distinto, pero en casa, en la zona rural.

Se capacitaron en el cultivo de la gírgola, se contactaron con proveedores de semillas y a partir de allí se animaron de a poco a cultivar este tipo de hongo.

Les costó un poco al principio ajustar la técnica de acuerdo con los recursos que ellos disponían en el campo. Pero, una vez resuelto algunos inconvenientes comenzaron a producir y ofrecieron “de boca en boca” y participaron a veces, en ferias locales.

Su lógica está en permanecer en la zona rural, continuar con la tradicional familia rural, cuidando sus tierras y cultivando parte de lo necesario para consumo familiar y generar algo distinto de su espacio.

Cristina explica que la Gírgola es un hongo comestible que se desarrolla sobre sustratos de origen vegetal, como por ejemplo: en materia leñosa sin vida. Se nutre de "lignina y celulosa" (no digeribles por el hombre) y las transforma en un rico alimento sustancioso y salútfero.

Sus propiedades son altas, nutritivas y saludables; mantienen un suave bouquet y fino sabor. Compiten muy ventajosamente con los champiñones, siendo un plato exquisito y altamente digestible. Además, poseen los cuatro aminoácidos esenciales para la vida, bioflavonoides y minerales. De la gírgola pueden alimentarse niños, celíacos y ancianos. Son ideales para bajar de peso sin comprometer la salud.

En su explicación de cómo es el hongo, de cómo se multiplica, se denota que se ha preparado y que le gusta explicar con los términos correspondientes“. Por el momento este mercado está restringido pero como sucedió con el champiñón, irá sin duda conquistando mercados. En la medida en que la gente pruebe el sabor y la calidad de estos hongos, sin duda irá expandiéndose”, dice.

La comercialización la realizan en bandejas de 5 a 8 unidades, entregando en algunas verdulerías y en vecinos.

Varias son las técnicas de cultivo, una de las más sencillas es hacerlas crecer sobre un medio artificial esterilizado. Este sustrato se arma con virutas, aserrines, cortezas y demás restos de aserraderos y sobras de cultivos de cereales tales como cebada, trigo y centeno. Compuesto que se usará de base para que crezcan los mismos, tras humectarlos rigurosamente, se esterilizan mediante un tratamiento térmico intenso que destruye bacterias y otros organismos nocivos.

Existen numerosas combinaciones de materia prima, pero en líneas generales, cualquier proporción puede resultar conveniente siempre que la humedad del sustrato esté en un 70% y el ph en 6.5.

Cristina cuenta cómo es el proceso desde el principio: las "semillas" se preparan en laboratorios a partir de esporas y la proporción es de un 5% del peso total del sustrato. En una bolsa de 10 kilos, va medio kilo de semillas. Se distribuyen homogéneamente sobre el compost, o inoculándolas por sectores a unos 3-4 centímetros por debajo de la superficie.

Realizada la operación, las bolsas permanecen cerradas en penumbra – a oscuridad prácticamente- entre 15-20 días. Pueden necesitar o no, riego para mantener la humedad del compuesto y se debe apilarlas una encima de otra (no se deben colocar a más de 1.5 mts.). La actividad del micelio (parte vegetativa de los hongos que nace de las esporas y produce fruto), dentro de la bolsa, aumenta desde el exterior hacia el interior y a partir de los fondos de los sacos, hacia la parte superior.

Para facilitar el acceso de oxígeno al compost hay que abrir las bolsas.

*Durante los primeros diez días de la siembra la temperatura la mantenemos a 20 °C y los diez días posteriores a 25 °C. La etapa de incubación culmina a los 20 días. La fructificación se induce bajando el calor a 15 °C. Mientras esto sucede se ilumina la sala paulatinamente hasta lograr que las bolsas reciban 10.000 lux durante 8-10 horas. A los 40 días comenzarán a surgir los honguitos que vendrán en tandas sucesivas, tal como sucede en el champignon. Cada bolsa da frutos durante un mes y medio y por año es posible realizar 3-4 cosechas de distintas especies. Cuando más hace calor es más bueno. El ciclo completo dura aproximadamente dos meses y medio y la recolección debe efectuarse con cuidado para dañarlos ni ensuciarlos, ya que no pueden lavarse para la posterior comercialización. (Referenciar quién dice esto)*

Cristina remarca que los cuerpos cosechados son extremadamente sensibles al tacto y a las variaciones de temperatura (la consistencia de su carne se transforma de inmediato ante golpes de calor o de frío, incluso cambia de color) por ellos debe tratarse con mucho cuidado.

Y a su vez nos enseña como se preparan los sustratos:

*Con motosierra se cortan rebanadas de 5 cm. de espesor que se retirarán hasta que se coloquen las semillas sobre la superficie recién cortada para luego utilizarlas como cobertura. Conviene dejar en cada árbol una bolsa de polietileno cubriendo el conjunto y esperar uno o dos meses de incubación, al cabo de ese tiempo se retiran los sacos y se deja la madera expuesta a la intemperie. Los primeros hongos recién aparecen a los 4 meses, especialmente en otoño, cuando hay buenas lluvias y humedad ambiental.*

Cristina, fue elegida para realizar la entrevista, por su amor al trabajo como mujer, por su dedicación, por participar en capacitaciones dictadas a través del INTA y porque se animó a emprender un cultivo alternativo poco difundido en la producción local. Junto con su marido, son luchadores, son defensores de los cultivos sin agrotóxicos. Tienen un tambo familiar que ha transitado muchos altibajos por el tema del precio de la leche y han apostado a cultivar en forma agroecológica para consumo familiar y a producir gírgola como ingreso extrapredial.

Su anhelo es poder construir un tinglado para el cultivo, aumentar la producción y vender lo producido.

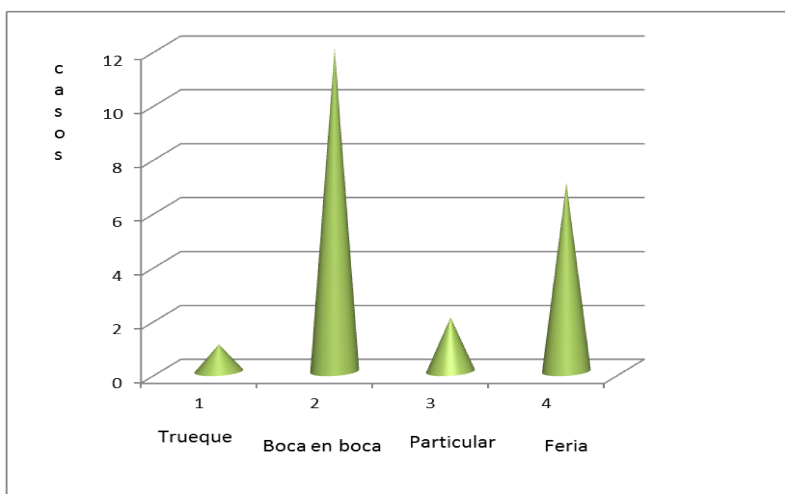
Ellos reconocen que venden al que conoce las propiedades y al que puede pagar el precio del mercado. Por ahora, su producción es muy pequeña, sólo abastece a consumidores varios, clientes conocidos.



## 4.2 Conclusiones de las entrevistas

Observando la matriz cualitativa N°1 puede sintetizarse que la estrategia de comercialización de estos pequeños productores se subdivide en tipos de estrategias de trueque, boca en boca, particular personalizado y ferias como lo refleja el siguiente cuadro.

CUADRO N° 2. Tipos de estrategias de comercialización



Se puede observar que un solo caso participó del trueque, el total de los casos venden con la modalidad del “boca en boca”, dos casos utilizan la venta en forma particular-personalizado y en la feria participan seis de los casos con esta modalidad.

Producir excedentes para lograr una salida laboral, es uno de los objetivos de este tipo de productores, sobrevivir es la consigna y desarrollarse en lo sociocultural, recuperando la autoestima en una propuesta superadora de integración y relación entre actores.

Todas las mujeres jefas de hogar, trabajan en la huerta y/o granja familiar o comunitaria o en la producción de cultivos alternativos, elaboración artesanal de mermeladas, entre otras actividades. Sin contar con el trabajo doméstico en el interior de sus hogares, en general, poseen trabajos fuera del hogar y en algunos casos actividades, en el servicio doméstico. El “multiempleo” en este caso, está asociado a las mujeres jefas; en cambio los jefes varones -que no son huerteros- desarrollan solo una actividad, predominantemente las changas o el trabajo genuino o por cuentapropia y jubilados en un caso.

Del total de las familias que comercializan, el canal utilizado más frecuentemente es la venta directa al consumidor en la propia huerta/granja, o mediante entrega domiciliaria, mientras que algunos tiene ventas mixtas, consumidores varios, negocios, o particulares. Si se da la oportunidad, también la mayoría,

participa en espacios sociales como las ferias para vender o dar a conocer sus productos sin importar si se vende algo o no.

En todos los casos, la estrategia más fuerte es la de “boca en boca”. Todos han recibidos las capacitaciones necesarias para ingresar a las ventas, desde la producción, canales de comercialización, buenas prácticas de manufacturas y hasta, los carnets de manipulación de alimentos.

Los productores (PPAA), han implementado diferentes estrategias de acuerdo con sus posibilidades económicas, culturales, sociales, agro climáticas y geográficas, con resultados positivos, tanto en los aspectos comerciales como en otros, que les otorgan sustentabilidad a los sistemas productivos.

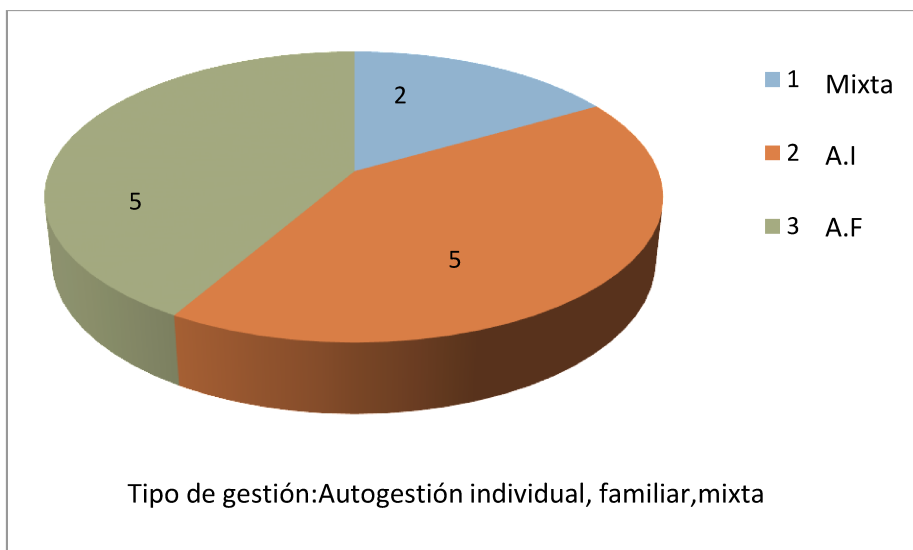
Según el estudio de casos mencionado anteriormente, las metas a las que ellos aspiran (sin mencionarlo tan explícitamente) son:

- Mejorar ingreso al mercado a partir del desarrollo de productos.
- Comercializar un producto diferenciado (sano y ecológico).
- Acortar los canales de venta que en las producciones tradicionales.
- Obtener ganancias de lo producido.
- Desarrollar mercados locales.
- Disminuir los gastos de producción (con mayor insumo de mano de obra).
- Mejorar el nivel de organización.
- Recibir asistencia técnica y capacitación.
- Formalizar la comercialización

Si se analizan los casos desde la autogestión, primero se debe comprender este concepto, que es el conjunto de prácticas sociales que se caracteriza por la naturaleza democrática de las tomas de decisión, que favorece la autonomía de un “colectivo”. Es un ejercicio de poder compartido, que califica las relaciones sociales de cooperación entre personas y/o grupos, independientemente del tipo de estructuras organizativas o actividades, dado que expresan intencionalmente relaciones sociales más horizontales. (Albuquerque, 2004)

Tomando este concepto y analizando la multiconceptualidad del término, los productores engendran acciones, generan, impulsan, participan, toman decisiones, intentan actuar para lograr cumplir sus objetivos.

CUADRO N°3. Autogestión.



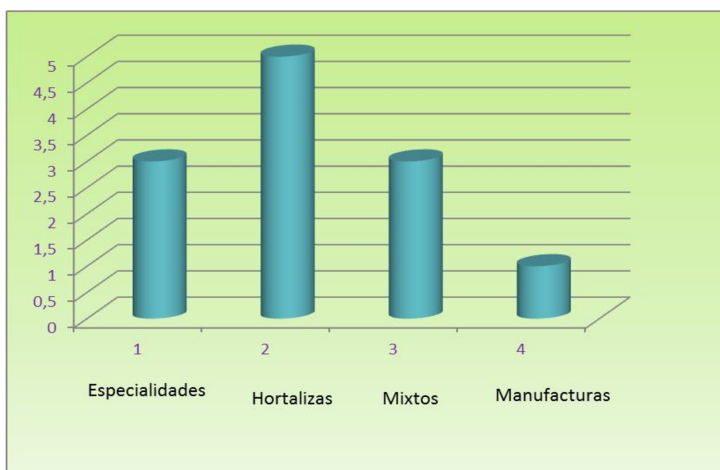
En el cuadro N° 3, puede verse que sólo en 2 casos el tipo de autogestión es mixta, es decir que necesitan del acompañamiento de otro actor, en este caso el INTA, o el Municipio a nivel asesoramiento para mejorar los procesos organizacionales y en 5 casos es individual, es decir que toman decisiones en forma unipersonal. En otros casos, las decisiones son tomadas en forma grupal por los participantes de la familia o del grupo que se estudió.

Siguiendo la matriz cualitativa N°1, se observa que desde el tipo y diversidad de producción se puede hablar de productores orientados a:

- 1 - Especialidades (gírgolas, higos, arándanos).
- 2- Hortalizas.
- 3- Mixtos.
- 4- Manufacturas.

Este tipo de diferenciación de productores es para visualizar la heterogeneidad en cuanto a su clase de producción. Sólo 3 de los 12 casos generan especialidades: una familia rural desde hace más de 6 años “cultiva” gírgolas, junto con el tambo familiar de pequeña escala; otro emprendimiento de tipo familiar que surgió hace más de 10 años, es el de la producción de higos en fresco y para industria y Susana G, productora de arándanos, un fruto con muchas cualidades medicinales.

CUADRO 4. Tipo de Producciones.



Finalmente, cinco de los casos producen de todo tipo de hortalizas, de verduras, raíz y frutos. Los tres casos mixtos, elaboran desde hortalizas, panificados, mermeladas, licores, miel y el único caso puro, que es el de manufactura, se dedica al uso de harinas para su transformación en tortas, panes, facturas, masitas.

## CAPÍTULO V

### 5. DISCUSIÓN

#### 5.1 Capitales

Siguiendo el análisis vertical de la matriz N° 1, es posible observar que el *Caso 1*, pone en juego al capital social que es el que más se sostiene a lo largo del tiempo, basándose en sus relaciones de producir para vender, reflejadas en acciones o prácticas del “boca a boca”.

Como puede verse en la matriz antes mencionada, se sostiene esta práctica desde 2001-2009, vendiendo a vecinos y específicamente a profesionales. Como capital económico estipulado por Bordieu (2006), se puede corroborar que es una empresa familiar autogestionada basada en su mediana industrialización con aplicación de tecnologías que favorecen la comercialización y con superficie propia.

Como puede apreciarse, Susana vende a profesionales de manera planificada, lo cual lleva a inferir que ese “boca en boca”, la ha conectado con un capital simbólico, basado en el reconocimiento de sus productos por profesionales. Como capital cultural en este caso, se pone de manifiesto cuando menciona las capacitaciones y experiencias vivenciadas para poder conocer por dentro, lo específico de este cultivo.

Si bien, este caso se contextúa como política pública de producción alternativa, la práctica del “boca en boca” toma preponderancia en relación con el tiempo que prevalece desde que inicia su producción agroecológica, pudiendo verse que es la única estrategia de venta que maneja.

Continuando con el *Caso 2*, el capital social se visualiza en sus comienzos con la participación de Sandra y Norma en los clubes de trueque primero en el original y luego en el trueque transformado. Se entiende como original el que comenzó con determinadas reglas de convivencia con una política pública delineada por el estado y la modalidad de trueque transformado refleja el tipo de trueque que se generó en las comunidades a partir de la primera forma. Por ejemplo uno de los requisitos era asistir semanalmente a un espacio común donde cada uno llevaba lo que tenía, o lo que se animaba a elaborar. De este modo, se le otorgaban bonos llamados créditos que se trocaba por mercadería de necesidad básica como azúcar, yerba, aceite, fideos, dulces, harina. En el transformado, había algo de intercambio entre productos, pero su asistencia al mismo sobre todo era para llevar a su casa productos de la canasta familiar que los demás participantes no llevaban para el cambio. En este último caso, el sólo hecho de participar los habilitaba para elegir que producto llevar a casa sin trocar con otro participante.

En este caso también, se destaca su continuidad, de cómo sostuvieron a lo largo del tiempo el “boca en boca”, en especial a vecinos, de manera no previsible, entendiéndose por esto las ventas no planificadas en encuentros inesperados en cualquier lugar y en forma fluida. Este caso participa en casi todas las políticas públicas, desde el trueque hasta la feria, manejando casi todos los tipos de estrategias, de comercialización y sosteniendo una lógica de planificación en los espacios.

Este caso atravesó diversas estrategias, mostrando como capital económico el aumento y diversidad de producción, a pesar de no disponer de superficie propia. No pasa por la localización geográfica por el lugar, es una red móvil de estrategias aplicadas y sostenidas en el tiempo fueron acompañadas por su capital cultural, preparándose con capacitaciones para poder incorporarse a cada espacio.

Para el *Caso 3*, puede verse cómo también, se destaca su capital social, donde se refleja con el “boca en boca”, en sus diferentes variantes según matriz N°1: venta a vecinos, venta planificada, siguiendo con la feria con lógica previsible, es decir, que se preparan con diferentes productos para los espacios de la feria.

Si bien, no ponen en juego su capital simbólico, desde el inicio, este aparece al final cuando mencionan su participación en exposiciones regionales y nacionales. Lo que han aprendido en el transcurso de esta práctica productiva con enfoque agroecológico, los ha animado a hacer contacto, trascendiendo lo regional, posicionado en el campo de juego con un reconocimiento internacional. Como capital económico, se denota cierta falencia o debilidad ya que carecen de infraestructura adecuada para mejorar y aumentar su producción. A pesar de esta debilidad de no inversión, se puede ver la reproducción del capital a través de los aumentos en la diversidad de productos, desde mermeladas, panificados, plantines, etc.

Como capital cultural, se considera su participación en cursos y talleres no formales a lo largo de toda la práctica o estrategia de comercialización. Este caso es el que más refleja la organización productiva y estratégica, participando en políticas públicas de trueque y ferias.

El *Caso 4* pone en juego su estrategia de venta, fortificándose el capital social propio en este espacio de juego, ya sea vendiendo a vecinos, a través del “boca en boca”, con ofrecimiento a profesionales en forma planificada, lo que significa que se organiza desde la producción a las ventas.

Tienen su lógica de organización.

También, repite al igual que el caso anterior, su participación en ferias con lógicas predecibles y en las mismas políticas públicas (Ver Cuadro N°1). Como el caso anterior, tiene como capital cultural sus capacitaciones o cursos recibidos desde los ámbitos no formales. Sin embargo, en el transcurso de su estrategia de comercialización se reproduce el capital económico y simbólico, lo que permite el aumento de su superficie de producción y mejora su posición en la comunidad.

El *Caso 5* participa del espacio de juego desde una política pública de producción alternativa, donde su capital social está fortalecido desde la única estrategia o práctica de venta o comercialización del “boca en boca”.

Esta práctica de comercialización está dirigida a la venta a vecinos, a distintas industrias, y a su vez, es organizada y mixta, ya que su tipo de producción necesita de previsibilidad, es decir programar desde los inicios hasta la cosecha. Su producción se realiza sobre superficie propia reflejándose que su venta comienza con el “boca en boca”, que es planificado ya que algo va al destino-industria sobre todo por el

volumen hacia el mercado. Se puede verificar de esta manera, la puesta en juego de su capital económico. A pesar de saber que tiene un título terciario, asimismo invierte en el capital cultural con su capacitación permanente.

Con respecto al *Caso 6*, como puede verse en la matriz cualitativa N° 1, el capital social lo pone en juego desde su estrategia de comercialización en el “boca en boca” y en espacios compartido de ferias. Su capital económico no sólo se verifica en la superficie propia, sino también ante la gran diversidad de productos complementada con algo de tecnología aplicada a los cultivos, con fines de aumentar la producción, diversificar y posicionarse dentro del campo de juego. Como capital cultural, se preparó en cada una de los cultivos, mejorando sus aprendizajes, conociendo ciclos a través de cursos o talleres. Es decir que, las instituciones le sirven como asesoramiento.

El *Caso 7*, muestra el capital social cuando se denota que el “boca en boca” es importante en su estrategia de venta, a su vez es planificada y mixta por el tipo de productos ofrecidos, aunque no reproduce su estrategia desde sus comienzos.

Inicia la producción y posterior venta, con la inversión de capital social vendiendo a vecinos y en forma planificada, siempre manteniendo el “boca en boca”.

Como capital cultural, trae como herencia familiar su participación en este tipo de producción habiendo aprendido el oficio de cultivar a través del legado familiar. Posteriormente, con su incorporación en la venta propia, realizó algunos cursos no formales desde el INTA-Municipio. Su capital económico se denota sólo en la diversidad de producción, y en superficie sembrada, aunque el terreno no sea propio. Con respecto al capital simbólico, Miño es reconocido en los barrios ya que su forma de abordar a los vecinos es con su bici-carrito lo que le da una presentación diferenciada. Aún, no ha tomado contacto con la feria, si bien estuvo su actividad de venta enmarcada en políticas públicas de trueque y plan trabajar.

En lo que se refiere al *Caso 8*, don Ovidio posee un fuerte capital social, con sus relaciones y su humildad y calidez en su forma de vender a vecinos. Su estrategia de venta es una de las más particulares, ya que es bien personalizada, en la variante vidriera.

Considera que su estrategia de venta es apropiada para atraer consumidores y clientes al mostrar la huerta como una postal-vidriera. El capital económico aparece como emergente dentro del proceso de producción y diversidad de la misma. Como capital cultural sólo trae conocimientos transmitidos por su familia, no habiendo realizado curso alguno. La puesta en práctica y su experiencia valida el capital cultural propio de él. Con respecto al capital simbólico, Ovidio tiene presencia, reconocimiento, sobre todo en su barrio.

En el *Caso 9* puede verse que su participación principal se destaca a través del “boca en boca”, a vecinos y a su vez, es planificada, mixta, continuando con la participación en ferias y reproduciendo la estrategia de venta más valiosa de este caso.

Como capital económico se corrobora en la diversidad de producción y superficie destinada a los cultivos con algo de tecnología, como es sistema de riego por aspersión. Como capital cultural, José destaca que desde su infancia, no sólo aprendió el oficio como un legado familiar sino que se capacitó a través de cursos cortos para mejorar la producción.

El *Caso 10*, es el de Cristina Tapia, de origen rural con un fuerte capital social que es el de vender a través del “boca en boca”, ya que ella asegura que mientras más habla, más vende. Su capital económico no es el monetario sino el tener diversidad de producción de verduras en su casa y producir todo tipo de panificados cuando se lo solicitan. No invierte capital cultural formal ya que no ha realizado ningún tipo de capacitación, sólo la habilita a cultivar actualmente, lo aprendido durante su vida en el campo, donde aprendió por la experiencia de su familia, criar animales de granja y cultivar sus propios alimentos.

Con respecto al capital simbólico, su lugar ganado en el barrio lo consiguió a través de su participación en un encuentro realizado en su casa, a través del cual, el canal local promovió su huerta como un espacio de producción orgánico.

En cuanto al *Caso 11*, se corrobora también, que el capital social se pone en valor a través de la venta a vecinos, profesionales, que a su vez, es planificada la producción y continua en la venta en ferias con una lógica previsible. Sólo ha participado en cursos no formales, avalando el capital cultural, aunque no posee capital simbólico reconocido, ni económico respecto de infraestructura.

Por último, el *Caso 12* que es el de la productora de gírgolas, se menciona la venta más válida a través del “boca en boca”, como una de la más importante, sobre todo a vecinos, conocidos y a su vez que es planificada la producción y continua con ferias con una lógica previsible. Como capital económico, se avala con superficie propia pero no tanta tecnología para la parte de producción de este tipo de especialidad. En lo cultural, no posee títulos que la habilita pero sí, lecturas y contactos con especialistas que la orientaron para animarse a producir. Solo se prepara para saber dedicarse a este tipo de producción. Con respecto al capital simbólico, este lugar ganado hoy, lo han producido desde esta iniciativa de hacerlo, no lo trae desde prácticas anteriores a pesar de poseer un tambo con superficie propia.

## **5.2 Estrategias**

Siguiendo a Bordieu (2006), que conceptualiza a las estrategias de reproducción como un “conjunto de prácticas fenomenalmente muy diferentes, por medio de las cuales los individuos y las familias tienden, de manera consciente o inconsciente, a conservar o a aumentar su patrimonio, y correlativamente a mantener o mejorar su posición en la estructura de las relaciones de clase verificamos para este caso de estudio, que la estrategia que sobresale como práctica grupal constante, es la de producir para vender productos agroecológicos, productos sanos.



Tal cual se desprende, la estrategia de comercialización de PPAA (pequeños productores agroalimentarios con enfoque agroecológico), como categoría de estudio (Según matriz cualitativa N°1), refleja subtipos de estrategias, como por ejemplo trueque, el “boca en boca”, particular personalizado y ferias.

Además, la subestrategia del trueque es simultánea a la del “boca en boca”, hasta el 2008, posteriormente esta última continúa hasta 2013.

A partir del 2008, se incorpora la subestrategia de particular personalizado y ferias, manteniéndose actualmente.

La subestrategia de venta del “boca en boca”, nunca se interrumpió. El trueque surge en un contexto político con una crisis de estallido social, y luego se va transformando y personalizando con distintas características. Ese espacio abrió la posibilidad de intercambio y facilitó el fortalecimiento de la práctica del “boca en boca” que trascendió espacios de concentración social y tiempo cronológico ya que es la estrategia de venta más fuerte dentro del grupo de estudio. Esta práctica de venta también, es llevada a cabo en espacios fluidos como la calle, prescindiendo de espacios de concentración.

Por último, se mencionan las ferias como otra sub estrategia, que también es validada y apoyada con políticas públicas pero consensuadas con los actores.

El trueque muy conectado al contexto de crisis y surgimiento de políticas públicas refleja una dinámica vertical, lo que significa que es dirigida desde lo institucional, el accionar de este espacio de intercambio. Es posible observar que este tipo de subestrategia fue representativa solo en el *Caso 2*, con un campo social definido con las instituciones, estrechamente vinculado al contexto de crisis y Políticas Públicas y relacionado al INTA Municipalidad, capilla San José (esta última no tiene capacidad de decisión de participar). Este caso reproduce la subestrategia principal de comercialización en el “boca en boca” y la feria y se vincula a diferentes dinámicas dentro del campo social poniendo énfasis en reproducir la red vincular y por consiguiente su capital social y circular, por entropía, a través de las ferias cuya significación de continuidad lo representan en este momento, las Políticas Públicas actuales.

La subestrategia del “boca en boca”, que fue simultánea al trueque, es la más frecuente en todos los casos, que a su vez es sostenida por una dinámica de red vincular estable.

La red vincular de los casos de estudios está vitalmente sostenida por la reproducción de la subestrategia de venta del “boca en boca” que engrosa el capital social dentro del campo.

Siguiendo la matriz N° 1, puede verse la mayor concentración de casos está en la dimensión de venta a vecinos, y/o profesionales siendo planificada. La estrategia de venta del “boca en boca” también, toma cuerpo en otro subtipo de estrategia particular personalizada que podría decirse que está mostrándose como algo innovador desde 2001 al 2009 representado por los casos 8 y 10 y si bien, responden a una dinámica vincular por las relaciones generadas, están ligados estos a un contexto subjetivo (personal y por

agradecimiento, surgió de ellos por decisión propia y agradecimiento a promotora local), sin pertenencia a políticas públicas.

Por último, la estructura de esta estrategia de comercialización de la feria generó vínculos, respondiendo a una dinámica por entropía porque este tipo de vínculos produce una retroalimentación permanente y fluida, siendo una elección de ellos a la hora de participar. Son políticas públicas ligadas al INTA y Municipio, pero mantienen la decisión propia dejando de lado la verticalidad como se vio al principio con el trueque. Si se relaciona lo definido por Bourdieu (2006) y se analizan las estrategias utilizadas por los casos a los cuales se está estudiando, se concluye someramente, que cada uno intenta incorporar sus productos al mercado de manera diferente, algunos con “calidad de productos”, otros con “continuidad”, otros con “cantidad y variedad de productos”, algunos pocos con productos innovadores, por así decirlos (recetas recreadas con productos silvestres por ejemplo).

Entonces, surge la pregunta: ¿es esta otra manera de “estar” en el mercado una estrategia válida utilizada por ellos mismos? Como respuesta, se considera que en el espacio social están utilizando estrategias, que no son visibilizadas por ellos para poder participar activamente en los circuitos de comercialización, que es la red vincular.

### **5.3 Campo social**

Siguiendo a Bourdieu (2006), según su definición como campo social, este grupo de PPAA viene históricamente construido, si bien está definido geográficamente, sus límites sociales están representados por casos muy complejos, variados en sus capitales económicos, sociales, culturales y simbólicos, pero tiene un objetivo común: el de producir sano, más allá del contexto de surgimiento, en este caso 2001, en referencia a una crisis e implementación de políticas públicas hasta 2009, teniendo como estrategia de comercialización el “boca en boca” de los productos agroecológicos que como se puede ver en la matriz N°2, se ha sostenido a través del tiempo.

El campo social de estos PPAA está determinado por la actividad social, productiva, de políticas públicas, como así también por estrategias de comercialización, manifestadas en la continua participación donde los 12 casos analizados desarrollan actividades desde la producción de insumos y materias primas hasta la gestión de ordenanzas para acompañar a la comercialización y para habilitar espacios más formales de comercialización.

Aunque todas las relaciones sociales se ejerzan en el interior del mismo ya sea el productivo, el comercial o el económico éste, no se identifica sin más, con la red de relaciones en que los individuos participan, sino que se define estructural y formalmente por las relaciones objetivas entre las propiedades y las trayectorias de los mismos.

Así, individuos que no tienen contacto directo pueden estar objetivamente ubicados en posiciones similares dentro de la misma estructura. En estos campos participan también los compradores-consumidores que se relacionan con ellos.

En este grupo de relaciones podría identificar el de la comercialización, el de la producción, el de la organización, el propio generado durante la feria durante este último segmento.

A su vez, existen muchos subcampos, que son más definidos, más limitados, por ejemplo, dentro de lo que es la comercialización, los lazos generados entre productor-comprador cada uno es propio, en cada encuentro, entre ellos se van posicionando o fortaleciendo las relaciones o debilitándolas. En este caso, solo interesa analizar la estrategia de comercialización construido socialmente en función a un mismo objetivo, como el de producir sano.

Este objetivo que comienza a definir el campo social de estos casos de estudio, tiene sus comienzos a partir de una crisis durante el 2001, donde inicialmente fue un espacio de intercambio para que la gente accediera a bienes y servicios que no podían pagar en el mercado formal, por carecer de dinero y que son los que mayor crecimiento evidenciaron y luego se fueron sumando otras estrategias.

Las redes de clubes de trueque han irrumpido como una forma de estrategia de supervivencia de los sectores excluidos de la sociedad. Muchos actores llegaron a incorporarse a este nuevo sistema de producción y solidaridad social, lo cual ha despertado fuertes críticas y quizás desconcierto entre los sectores de la economía formal y voces de alerta entre los economistas y teóricos que, desorientados, no encontraban la forma de reaccionar ante un fenómeno tan contundente como inesperado.

Desde el punto de vista de las clases sociales, el actor que participaba de las redes de clubes de trueque estaba constituido por dos grupos principales: sectores populares y clases medias, ambos excluidos del sistema económico formal. Los miembros del trueque contenían tanto a personas que estuvieron en el mercado y quedaron total o parcialmente excluidos, ya sea como pequeños y medianos empresarios, como empleados y obreros. También participaron personas que nunca antes habían estado en el mercado laboral formal, como amas de casa. A su vez, en las comunidades locales desde el punto de vista del género, los miembros de los clubes de trueque eran mayoritariamente mujeres.

Si bien, el trueque implicó un movimiento social solidario, también, fue una evidencia de la involución en el desarrollo social de la Argentina y de las comunidades pequeñas como Las Rosas de 12.000 habitantes, que se ha agudizado con la crisis de ese momento.

Este tipo de club de trueque formal se fue transformado, fue transitando por distintas modalidades. En algunos casos, dejó de existir el bono-dinero, en otros, a los que participaban, les tocaba una caja a cambio y luego llegó a ser lo que hoy es tan fuerte: la subestrategia del “boca en boca”, también llegó a delinearse el espacio social de las ferias.

En todas las estrategias se manifestaron diversas lógicas, diferentes dinámicas, ya sean las del “boca en boca”, el trueque original y transformado. Con sus creencias, con la reproducción de las estrategias, con las ferias, se descubre como lógica, por ejemplo, que la de comprar en las ferias, generan movimientos y ser el motor interno de esos movimientos permanentes generan entropía. La feria es un espacio no sólo geográfico sino social: de relaciones sociales donde los agentes ocupan posiciones y construyen subjetividades

Hay dinámicas internas, en ambos casos, en la feria, ese movimiento es circular, es decir que no tiene principio ni final, es una retroalimentación constante; en cambio, en el “boca en boca”, se manifiesta una red, un entramado de vínculos. Cada productor tiene su sello que lo habilita de alguna manera, a incorporarse al juego el sistema de disposiciones planteadas anteriormente. Producen, intentan hacerlo de la mejor manera, recuperan saberes y lo reproducen, manteniendo y recreando lo viejo, lo nuevo, u original. Se comparten recetas y muchas experiencias. Todo lleva un tiempo de aprendizaje y de reconstrucción de las familias, de saberes y nuevas experiencias. Finalmente, cada semilla sembrada, cada lazo, cada puntada tejida, fue construyendo una red con actores inquietos dispuestos a continuar tejiendo lazos, redes fortaleciendo de esta manera, procesos de construcción social muy bien arraigados en cada comunidad.

#### **LA RED VINCULAR AUTOGESTIONADA, INDEPENDIENTE**

Se trata de una red vincular construida desde una doble hermenéutica, que ha sido gestionada desde las creencias de los casos de estudio. Si bien no coordinan decisiones conjuntas para diseñar estrategias de ventas, lo hacen en forma particular y con ayuda (en algunas ocasiones) de sus familias para vender sus productos sanos. Se trata de una red creada en tiempo y espacio, lo que significa que no es virtual y comparten una creencia común, *que sus productos son sanos y no son valorados*, creencia que los conduce a elegir la acción o estrategias de ventas. En realidad se trata de una creencia implícita que pone al descubierto la necesidad que sienten de contar con apoyo institucional, que les asegure la continuidad de la venta de esos productos en el mercado.

Esta red vincular alcanza visibilidad a partir de una estructura de organización autogestionada por cada caso como vendedores independientes, sin pertenencia grupal, ya que sus decisiones no son conjuntas, sino individuales. La estructura de esa red vincular se apoya en la dinámica de tres pilares que son: formas organizativas, tipos de producción y formas de comercialización como puede ser vista en el siguiente cuadro N°5

Cuadro N° 5 Red vincular

CONCEPTOS	TRUEQUE	BOCA EN BOCA	PARTICULAR PERSONALIZADO	FERIA	Formas de comercialización
CAPITAL ECONÓMICO					Tipo de producción
CAPITAL SOCIAL	Original Transformado	Inter/ind Vecinos Profesionales No previsibles Planificada Mixta	Vidriera Habla el q más vende	Lógica no previsible Logica de planificación	Tipo de organización
CAPITAL CULTURAL	Institucionalizado(Cursos de capacitación no formales) Capital incorporado(habilidades, experiencias vividas)		Cursos no formales		
CAPITAL SIMBÓLICO	Dinámica vertical	Red vi ncular fluida y expansiva		Circular por entropía	Autogestión institucional 

**El tipo de organización** (dimensión de la variable estrategia de comercialización) bajo la forma conceptual de capital social y cultural son particulares para cada **forma de comercialización** (trueque, boca a boca, particular personalizado y feria). Con la forma del boca a boca se despliegan acciones variadas que facilitan las ventas de estos productos, conformandose de este modo una red de vínculos entre quienes venden y quienes compran.

El boca a boca junto al particular personalizado son las estrategias de mayor representación en cuanto a que desarrollan una red vincular expansiva y fluida. Esa misma red de vínculos pone en evidencia la necesidad de una autogestión institucional ya que, como puede verse en el cuadro:

*A menor apoyo institucional (reflejado en el boca a boca y particular personalizado) mayor debe ser el esfuerzo para vender los productos agroecológicos.*

Es una red expansiva y móvil porque no esta en un lugar fijo y sin horarios determinados. Es una red abierta y fluida porque sus productos son vendidos en su totalidad, sin stock y sin competencia.

**El tipo de producción** nos muestra que producen distintos productos de manera sostenida en el tiempo ya que, como puede verse no hay interrupción en la producción. Ese comportamiento a través del tiempo muestra que siempre han vendido y nunca dejaron de producir, asegurando la historicidad de la actividad de productos sanos, conformando el capital económico de los casos de estudio.

Esa red vincular expansiva y fluida es vertebrada por la estrategia del boca a boca en su mayor parte. No tiene intermediarios como tampoco pertenencia grupal como ya se dijera. Su existencia está marcada por la circulación de la información boca a boca, una información que va mas allá del producto mismo, en donde los casos no están presentes a la hora del pase de la información, es de difusión rápida y la importancia está enfocada a la calidad del mismo. Se trata del pase de una información entre personas del lugar en donde quien produce la mercadería no puede controlar lo que se dice de ella. El riesgo está puesto en que se trata de información no comercial sobre sus productos sanos, que deben sostenerse en el tiempo, y que para sostener la historicidad del producto en el mercado se necesita apoyo institucional.

Si bien la red de vínculos asegura la producción y venta de esos productos sanos, sin embargo deja ver la falta (o reclamo desde ellos) de un eslabon para consolidar la actividad que es autogestionarse a nivel institucional que consiste en: el marketing, la envoltura, el rotulo, marca, patente, la presentación del producto, el valor de calidad, los precios, que les proporcione el prestigio, el reconocimiento de lo que hacen pero, desde un nivel institucional para la continuidad en la venta de esos productos.

Se trata de un sistema no formal de comercialización capitalista, sustentado en la red de vínculos creados entre ellos mismos, con un tiempo y lugar fijados de manera independiente. La dinámica de la red vincular, (basada en el tipo de organización, formas de comercialización y tipos de producción) se reproducen en una categoría emergente muy incipiente para este caso de estudio que es la *autogestion institucional*, entendiéndose por esto como las estrategias que deberán ser pensadas en un futuro desde los actores mismos, para formalizar y legitimar la actividad institucionalmente.

## 6. CONCLUSIONES

Los PPAA tienen en común que formaron y forman parte de políticas públicas diferentes, son productores de la agricultura familiar que producen desde la mirada de la agroecología, y que a través de formar parte de diferentes espacios de comercialización promovieron redes vinculares que hoy son un punto principal, que los fortalece para la consolidación de producciones alternativas en la economía social. Tienen su propio circuito de comercialización y venta con la particularidad de que ese circuito dispone de una lógica construida por ellos mismos y que no obedece a una comercialización capitalista.

Lo invisible por ellos es visible como una inversión en lo simbólico, entendido como el reconocimiento en el sentido de reputación, de prestigio a partir de lo que saben que es un producto sano y artesanal. Lo invisible para ellos, con respecto a que sus productos no son valorados desde la red vincular (que ellos mismos construyen desde sus estrategias y subestrategias de ventas en espacios concentrados y fluidos), no es por falta de organización, sino a su falta de percepción acerca de que la red vincular misma

funciona como una forma de valoración de parte de la comunidad a la cual pertenecen. La red vincular se dinamiza a través de los diferentes estrategias de comercialización permitiendo el ingreso de sus productos a diferentes mercados. A su vez esa red vincular deja entrever que se sienten desprotegidos institucionalmente destacándose la emergencia de dos nuevas categorías: la *red vincular* y la *autogestión institucional*, pensada esta última como una categoría a construir desde los actores, como necesidad de reconvertir ese capital social (red vincular) en capital simbólico.

La heterogeneidad de producción de los PPAA hace que sea un caso de estudio singular porque, detrás de una simple creencia de falta de valorización se oculta la emergencia de un proceso de autogestión muy incipiente que se va reproduciendo en futuro capital simbólico para este tipo de actividad que no está dentro de un sistema formal de comercialización capitalista. Se trata de una actividad creada y sostenida desde el vínculo. A su vez, el sistema de autogestión o sea, la forma que optaron de repartir y compartir el poder de vender, hace que las estrategias de comercialización tampoco sean vista desde ellos como una forma de competencia desleal, por el contrario no les interesa, porque simplemente venden todo lo que producen.

Operan en un campo social donde lo que les interesa es generar un capital simbólico basado en el reconocimiento social de sus productos sanos (red vincular). Se trata de una cuestión de calidad más que de cantidad y necesitan invertir en ese tipo de capital más que en un capital económico como sería esperable en el ámbito de una actividad reconocida como formal o convencional dentro del sistema capitalista.

Necesitan de un reconocimiento desde y hacia afuera, que los proyecte con una identidad socialmente aceptada pero apoyada desde lo institucional que los acompañe en su autogestión. Esto se ve, cuando ellos mismos dicen que necesitan de una marca que los represente en sus productos, de un logo. Reclaman una formalidad más bien simbólica despreocupados de un capital económico en el sentido de Bourdieu. No operan con la lógica de una venta capitalista sino simbólica, necesitan del prestigio, del reconocimiento, de sostener identidad propia basada en la calidad de lo que producen. Estos grupos emergentes desarrollan una lógica de comercialización fuera de los parámetros de convencionalidad económica, y ocupan una posición dentro del campo social con una fuerte inversión en el capital simbólico, no visible socialmente y que pasa desapercibido para quienes forman parte de lo formal. Cuando dicen que sus productos no son valorados, se están refiriendo desde un capital simbólico, más que económico.

Estos PPAA utilizan estrategias de sentido común, implícitas, rescatando lo sano por sobre todas las cosas. La transmisión del “boca en boca”, las ferias, la manera particular personalizada o el trueque, son admitidas como estrategias de venta de la gran diversidad de productos y el aseguramiento de la llegada de productos sanos en forma permanente, al cliente/consumidor.

La estrategia de venta más reproducida y sostenida en el tiempo para este estudio de casos es el “boca en boca”. Sólo el *Caso 8*, se presenta como una vidriera. El *caso 3*, admite un reconocimiento

internacional cuando mencionan su participación en exposiciones y han demostrado poner en valor sus conocimientos y prácticas.

Se trata de una red con una dinámica propia no convencional como normalmente sería de esperarse en donde el capital económico mejora mediante la competencia, inversión, cantidad, homogeneidad. En este caso, los agentes ocupan posiciones, establecen relaciones entre si e intercambian capital según el volumen global del capital que poseen y según la composición de su capital (Bourdieu, 1990)

A manera de síntesis las categorías emergentes como puede verse a partir del cuadro N° 5 son la *red vincular* y la *autogestión institucional*. Se visibiliza la red vincular fluida y expansiva que caracteriza a este grupo de pequeños productores agroecológicos y a través de ella se puede ver la emergencia incipiente de la autogestión institucional. Esta red vincular se gesta por las acciones de autogestión de estos casos pero que a su vez la flexibilidad de esa red deja al descubierto la necesidad de una autogestión institucional (INTA, Municipio). El carácter de flexible esta dado por la fortaleza del boca a boca y el particular personalizado, mostrando que cuando no hay apoyo institucional, mayor es la inversión de capital social por este grupo, o sea, mayor es la expansión que alcanzaza la red vincular al ser mayor el esfuerzo que necesitan para vender porque perciben que no tienen apoyo institucional. Su propia autogestión consiste en una propia lógica de organización y de sentido común que va desde la producción, empaque, comercialización y entrega final al consumidor-comprador en la puerta de su casa y que tiene que ver con la variable estrategia de comercialización. .

El problema que se visualiza desde la red vincular generada por estos productores agroecológicos no esta centrado en lo organizacional respecto de sus ventas, porque desde su lógica de sentido común mantienen un vínculo entre ellos trabajando todos juntos pero a la vez independientes, en pos de una producción local fomentando y difundiendo a compradores y consumidores la importancia de productos locales, o materias primas con valor agregado en origen

Por otra parte, la red vincular demuestra que no se trata de un problema de venta de los productos agroecológicos, por el contrario, todo lo que producen venden. Por otra parte, no es el planteo original del interrogante básico del problema a investigar, sino que el planteo radica en la falta de valorización que los casos de estudio perciben sobre sus productos agroecológicos y que tiene que ver con la falta de legitimidad institucional y no de venta.



## 7. PROPUESTAS DE TRABAJO

### Acciones

El trabajo alrededor de la revalorización y activación de los recursos agroalimentarios locales se inscribe en lo que se podrían llamar los nuevos modelos de intervención en el medio rural. Apartándose de los enfoques tradicionales, basados casi exclusivamente en propuestas productivistas y de capital intensivo, estos nuevos enfoques buscan valorizar los recursos locales y potenciar la dinámica particular del territorio para generar nuevos activos.

La intervención en el medio rural asume diferentes formas de acuerdo con los enfoques y orientaciones de los cuales se parta.

Haciendo un recorrido muy conciso se considera que, partiendo del concepto de los Sistemas Productivos Locales (SPL) (Muchnik, 2003), estructurados alrededor de la concentración geográfica de las empresas, la construcción histórica de conocimiento local y la identidad cultural propia de un territorio, algunos autores avanzan hacia su especificidad agroalimentaria. Así nace el concepto de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) (2003), definido como “organizaciones de producción y de servicio (unidades de producción agrícola, empresas agroalimentarias, comerciales, de servicios, gastronómicas), asociadas por sus características y su funcionamiento, a un territorio específico. El medio, los productos, las personas, sus instituciones, su saber hacer, sus comportamientos agroalimentarios, sus redes de relaciones se combinan en un territorio para producir una forma de organización a escala espacial dada.

Desde aquí es posible estudiar un territorio, pivoteando en el conglomerado de actores, instituciones y empresas vinculadas con la producción primaria y sus procesados; el conocimiento localmente construido y su identidad.

Para acompañar a los productores que formarían parte de este tipo de sistemas agroalimentarios focalizados, se articularán y coordinarán acciones con programas provinciales, nacionales y locales para sumar al trabajo de estos productores que hoy están invisibles en el Censo Nacional.

Así,

- ✓ Se facilitará el acceso a programas relacionados con la producción local de alimentos.
- ✓ Se gestionarán políticas públicas para que los productores que lo necesiten puedan formalizar sus ventas por lo menos, en el mercado local (ordenanzas según ley pcial. de emprendimientos productivos).
- ✓ Más allá de lo teórico, se coincide con Altieri (2000) en lo que respecta a la agricultura familiar como estilo de vida, ya que pone énfasis en la reproducción de la familia y la

regeneración y conservación de los recursos para comprender los diversos factores que afectan a predios pequeños. Esto es culturalmente compatible ya que no cuestiona la lógica de los pequeños productores sino que se construye a partir del conocimiento tradicional, también denominado *habitus*, según Bordieu (2006). Además porque es económicamente viable ya que minimiza los costos de producción, al aumentar la eficiencia de uso de los recursos totalmente disponibles.

- ✓ Así es que ante esta situación de desamparo y de injusticia del pequeño productor artesanal y ante el avance devastador de la globalización y del capitalismo que es el paradigma dominante en el sistema agroalimentario, surge la inquietud de intentar colaborar y aportar, en tanto que sea posible, en la construcción de un sistema agroalimentario en el departamento Belgrano basado en la cooperación y la solidaridad entre productores y entre productores y consumidores, intentando volver a aquella fotografía de mundo rural vivo, de años anteriores y su integración hacia lo urbano urbano.
- ✓ Se favorecerán espacios de redes vinculares para el fortalecimiento del trabajo como grupo no formal pudiendo capitalizar lo familiar y cultural desde lo simbólico-económico-social
- ✓ Se promoverán iniciativas innovadoras de comercialización tendientes a poner en valor a través de las redes vinculares generadas los productos sanos, artesanales y locales.

La agroecología parte de la idea de que el manejo sostenible de los recursos naturales depende, tanto de aspectos técnico-productivos, como de aspectos socio-económicos y políticos que se alejan de las lógicas impuestas por el sistema industrial y capitalista. Estos pequeños productores distan del pensamiento y de la lógica del sistema capitalista. Permanecen en su producción por su propia lógica que se fue descubriendo en la interpretación de las entrevistas.

Las propuestas agroecológicas plantean modos de manejo ecológico de los recursos naturales que se basan en formas de acción social colectiva (Sevilla Guzmán, 2006) través de estos modos se permite el despliegue de las potencialidades endógenas de los territorios y de los grupos humanos que los habitan. De esta manera, la Agroecología pretende investigar herramientas y fomentar procesos que permitan desarrollar alternativas en los ámbitos de la producción agropecuaria y forestal y de las relaciones en el contexto social en el que se desarrolla. A través de formas de acción social colectiva y propuestas de desarrollo participativo se impulsa y se buscan formas de producción y comercialización de alimentos y otros productos agroalimentarios que contribuyan a dar respuesta a la actual crisis ecológica y social en las zonas rurales y urbanas (Sevilla Guzman, 2000)

Desde esta perspectiva de la Agroecología, Sevilla Guzmán y otros (2003) representan todos aquellos elementos basados en los aspectos agronómicos de la producción, bajo criterios agroecológicos; la dimensión ecológica y técnico-productiva, y la dimensión socioeconómica que envuelve todos aquellos elementos relacionados con los accesos a los modos de vida en los procesos de producción, distribución y

consumo de alimentos. Asimismo, incluye las formas organizativas asociadas a los modos de producción y de circulación de los productos agrarios. Es en esta dimensión, donde se sitúa el transcurso de esta investigación.

Este grupo de productores agroalimentarios (PPAA), está conformado por una gran variedad de perfiles distintos: tanto desde el punto de vista de los años de experiencia en la producción ecológica, como desde el punto de vista de grado de dedicación, como del tipo de producción. Por lo tanto, el grupo horticultores, productores mixtos, productores de producciones alternativas y elaboradores artesanales dan una gran riqueza al grupo y permiten un gran flujo de intercambio de conocimientos y experiencias.

En síntesis desde el análisis como producciones de la Economía Solidaria se definirán las iniciativas de los actores con una doble dimensión: la dimensión sociopolítica (público iniciativas generadas a través de la sociedad civil) y la dimensión socioeconómica (redistribución y reciprocidad)

La manera como se lleva a cabo la comercialización de los productos ecológicos define los tipos de relaciones que se dan entre la producción y el consumo de estos. Tales tipos de relaciones determinan la necesidad de generar un mecanismo que permita a las personas elaboradoras demostrar que los productos que ofrecen han sido originados a través de un proceso determinado y, a su vez, permite que los consumidores tengan una garantía de que lo que obtienen, es decir que ha seguido un determinado proceso de fabricación. En este contexto y de esta necesidad, es de donde se piensa en el instrumento de la certificación, mecanismo que nace de iniciativas que quieren diferenciar su modo de producción para dar a conocer la trazabilidad de lo que se ofrece, con calidad certificada, y que resulte de lo artesanal y sostenido en los principios de la agroecología.

Finalmente,

- ✓ Se promoverán políticas públicas locales, regionales para fortalecer los procesos no sólo desde lo productivo, también desde los canales de comercialización.
- ✓ Se facilitará el acceso de los PPAA a programas de capacitación, programas de fortalecimiento de los grupos, para que sus espacios construidos se sustenten en el tiempo.
- ✓ Se promoverá la conformación de una red de vínculos, que se mantengan, que se sostengan y perduren en el tiempo para que les sirva de herramienta para seguir apostando a una agricultura con biodiversidad, con productos sanos pensando en un aporte para una mejor calidad de vida de las comunidades estudiadas.
- ✓ Se respetarán las decisiones elegidas por ellos para la resolución de sus necesidades.
- ✓ Se facilitará el acceso a programas nacionales (marca colectiva-UNIR) y provinciales (Productos de mi tierra) para implementar una marca colectiva registrada que tenga una identificación local para habilitarlos y apostar a su reconocimiento, generando un logo propio

## 8. BIBLIOGRAFÍA

ABADALEJO, C.y otros; (2004).*Desarrollo local y nuevas ruralidades* .Co-edición UNS; INRA-SAD, Mediations, Dynamiques rurales, IRD/UR 102.Bahía Blanca.

ABRAMOVAY, R. (1992), *Paradigmas do capitalismo agrário em questão*. São Paulo, Rio de Janeiro, Campinas, Editora Hucitec, ANPOPCS, Editora de UNICAMP.A

Disponible en <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet>, Revista Electrónica de Veterinaria REDVET.ISSN 1695-7504.Ingreso 10/12/2009.

ALBURQUERQUE, F (2002). *Desarrollo económico territorial*. Guía para agentes, Instituto de Desarrollo Regional y Fundación Universitaria, Sevilla. Comunidades Europeas.

ALBUQUERQUE P, P (2004): “Autogestión”, en: *La otra economía*. CATTANI, A. D. (Comp.).Buenos Aires. Editorial: Altamira UNGS.I.S.B.N: 9879423186

ALTIERI, M (1999) *Agroecología. Bases científica para una agricultura sustentable*. Montevideo. Edit: Norman comunidad.

ALTIERI, MIGUEL, y otra (2000) *Agroecología .Teoría y práctica para una agricultura sustentable*. México. 1a edición.

Disponible en <http://www.ambiente.gov.ar/infoteca/aea/descargas/altieri01.pdf>. Ingreso 07/09/2011

ALZATE PIEDRAHITA M, V (2000) *Cultura y pedagogía: una aproximación a Jerome Brunner* Disponible en: [www.utp.edu.co/~humanas/revistas/revistas/rev24/alzate.htm](http://www.utp.edu.co/~humanas/revistas/revistas/rev24/alzate.htm). Revista N°24.Ingreso en noviembre 2012.Derechos Reservados Revista de Ciencias Humanas –UTP-Copyright © Pereira - Colombia.

ARAMAYO O. (2005); *El Deseo*; Santiago, Chile, Edic. Universidad de Chile.

ARISTÓTELES (1978) *Acerca del alma*; Madrid. Editorial: Gredos.

BARROS, M, y otros o et al. (2010). *Fondos Rotatorios PN Territorios Proyecto Análisis de Sistemas de Comercialización y Financiamiento de la PAF en las regiones NOA, NEA y PAMPEANA*. Lugar: Argentina. Ediciones INTA.Segunda Edición. Disponible en <http://inta.gob.ar/documentos/fondos-rotatorios.-una-herramienta-para-la-pequena-agricultura-familiar>.Ingreso 20/11/2012

BOURDIEU, P. (2006) *Campo del Poder y reproducción Social. Elementos para un análisis de la dinámica de clases*. Traducido x Alicia Gutiérrez. Córdoba. Ferreyra Editor.

BOURDIEU, P (2002) *Pensamiento y Acción* .Buenos Aires. Edición: Libros del zorzal.

BUSTOS CARA, R; y otros. (2004). “Valores Territoriales: entre la cultura y el mercado. Habilidades y saberes locales como estrategias frente a la crisis” (comp.) Edit: UNS, INRA-SAD, Bahía Blanca.

BURGELMAN, R.A. (2002) *Strategy is Destiny: How strategy-making shapes a company's future*, New York. Edit: The Free Press.

- BRUNNER, J. (1997) *La educación puerta de la cultura*. Madrid.Edit: Visor.
- CAMPBELL, A. & NASH, L. (1992). *A sense of mission*, Reading, Mass. Addison Wesley.
- CARTA de Suelos de la República Argentina, (1980) Hoja 3363-12-Las Rosas, Rafaela, Ediciones INTA.
- CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (1999).*Efectos sociales de la globalización sobre la economía campesina: reflexiones a partir de experiencias en México, Honduras y Nicaragua*, LC/MEC/L.382, México, DF., Sede Subregional México.
- CEPAL (2005) “*Aprendizajes del enfoque de capital social para la Superación de la pobreza*”.Chile, Informe mesa redonda, mesa coordinadora América Latina.  
Disponible  
[http://www.cepal.org/dds/noticias/paginas/5/23235/Informe\\_Mesa\\_redonda\\_capital\\_social.pdf](http://www.cepal.org/dds/noticias/paginas/5/23235/Informe_Mesa_redonda_capital_social.pdf).Ingreso 10/08/2010
- CITTADINI, R; y otros (2010). (Compiladores)*Economía Social y Agricultura familiar. Hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención*. Lugar: Buenos Aires. Ediciones INTA.
- CORAGGIO, J, L (2010) *Economía social y agricultura familiar: hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención / compilado por Roberto Cittadini, et.al. - 1a ed. Buenos Aires*  
Ediciones INTA, 2010.  
Disponible [http://online.inta.gov.ar/prohuerta/archivos/libro\\_economia\\_social\\_22-04-2010.pdf](http://online.inta.gov.ar/prohuerta/archivos/libro_economia_social_22-04-2010.pdf).Ingreso 10/05/2011
- CORAGGIO, J, L, (2003.) *Una alternativa socioeconómica necesaria: la economía social*. Universidad Nacional de General Sarmiento .Material exclusivo de uso académico.
- DÍAZ, D (2002), *El Prohuerta en Argentina*. Entrevistador: de Jorge Halperín, Radio Mitre, 12-6-2002
- DI PIETRO, L. (1999), *El desarrollo local. Estado de la cuestión*, Buenos Aires, Editorial FLACSO.
- DUHALDE,E (2001)*Discurso oficial* .Disponible en [http://www.politica.com.ar/discurso.politico/discurso\\_de\\_asunción/Duhalde.htm](http://www.politica.com.ar/discurso.politico/discurso_de_asunción/Duhalde.htm).Ingreso en agosto 2011.
- ELVERDÍN, J y otros. (2005) *La Pequeña Agricultura Familiar en Argentina: Problemas, oportunidades y líneas de acción*. Artículo disponible en <http://agro.unc.edu.ar/~extrural/Elverdin.pdf>. Ingreso 11/12/2010
- ESPINOSA, P. (1996). *Técnicas de propagación vegetativa*. Lugar Argentina. Editorial: Instituto Agropecuario Nacional.
- FERNANDEZ, R. (1999) *Potencialidades y limitantes en las Estrategias de Mercadeo de Pequeños productores Agroecológicos*. Tesis presentada en UBA, cátedra de Extensión y Sociología Fac. de Agronomía.
- FLORIT, L. (1996) *Ecología y racionalidad de la Agricultura familiar*. IN: Jornadas Regionales: Agricultura Latinoamericana y las transformaciones sociales. La Plata. Argentina. Disponible en <http://www.veterinaria.org/revistas/redvet/>.Ingreso en 10/12/2009

FONOLLÀ ARAUJO, TRÀMEC, (2010) “*Una experiencia colectiva de productores/as agroecológicas de la Garrotxa*” *Una reflexión interna del colectivo poniendo la mirada en la potencialidad de construcción de un Sistema Participativo de Garantía*. Tesis, defendida en Universidad Internacional de Andalucía, Córdoba, 2010. Disponible en [http://www.osala-agroecologia.org/IMG/pdf/PAULA\\_FONOLLA\\_ARAUJO\\_TESIS.pdf](http://www.osala-agroecologia.org/IMG/pdf/PAULA_FONOLLA_ARAUJO_TESIS.pdf). Ingreso 06/07/2013

GUTIERREZ, A (1994), *PIERRE BOURDIEU, Las Prácticas Sociales*, Buenos Aires. Editorial: Centro Editor de América Latina.

KERZDORN Y ADRIANCE, (1984), *Desarrollo del cultivo del higo (Ficus carica) para consumo fresco y procesado, como una alternativa de diversificación para el sector agrícola*. Disponible <http://bibliodigital.itcr.ac.cr/>. Ingreso 06/10/2012

KUSH, R. (1976). *Geocultura del hombre americano*. Buenos Aires: Ed. Cambeiro.

LACOSTE, P (2003) *La crisis socioeconómica argentina y las respuestas sociales: las redes de clubes de Trueque*. Disponible en Revista Confluencia, año 1, número 1, Mendoza, Argentina, ISSN 1667-6394.

LEGRAIN, M (2004) *La crisis argentina de diciembre de 2001, debilidad institucional y falta de legitimidad del estado*. Documento de Trabajo .Serie Desarrollo y Cooperación (DT-DC-04-08) Disponible en <http://eprints.ucm.es/11249/1/WP08-04.pdf>. Ingreso 26/08/2012

LOVIS, C y otros (2004) *Construcción social de conceptos: posiciones de diferentes actores de la cadena productiva porcina participantes en arenas locales*. Disponible en <http://www.sober.org.br/palestra/9/629.pdf>. Ingreso 14/05/2011

MARTÍNEZ NOGUEIRA, R (1997) *Análisis de Políticas Públicas*” Bs. AS. Ed. INAP

MAX-NEEF, M (1993). *Desarrollo a Escala Humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Barcelona, Icaria Editorial S.A.

MORiN, E y otros (2003) *Educación en la era planetaria*. Barcelona. Edit Gedisa.

MUCHNIK, J y otros, (2003). *Sistemas agroalimentarios localizados: procesos de innovación y valorización de los recursos locales*, Buenos Aires, Ediciones INTA.

NEFFA, J. (2009) *El Plan Jefes y Jefas de Hogar Desocupados (PJyJHD) Análisis de sus características y objetivos. Fortalezas y debilidades SAGPyA- Dirección de Desarrollo Agropecuario*. Buenos Aires, Clacso, Disponible en <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/coedicion/neffa2/15.pdf>. Ingreso 10/04/12

OBSCHATKO, E y otros (2007) *Los pequeños productores en la República Argentina*. Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores Agropecuarios (PROINDER). Buenos Aires, Argentina. Gráfica Santander. S.R.L. Segunda edición.

O’ DONNELL, G (1984): “*Apuntes para una teoría del Estado*”, *Teoría de la burocracia estatal*, Buenos Aires, Edit: Paidós. Disponible en <http://www.mabelthwaitesrey.com.ar/wp-content/uploads/Unidad-1-Ingreso 20/05/11>

OTTMAN, G, (2005) *Agroecología y sociología histórica desde Latinoamérica*. Córdoba. Universidad de Córdoba. Servicio de publicaciones.

PAZ, R y otros, (1988) *Proyecto de Desarrollo de Pequeños Productores Agropecuarios*. Disponible en [www.proinder.gov.ar](http://www.proinder.gov.ar). Ingreso 15/08/2012

PÉREZ, M. y otros. (2008) “¿De qué hablamos cuando hablamos de Economía Social y Solidaria? Concepto y nociones afines.” En *Eco-Cri. XI Jornadas de Economía Crítica*. Bilbao, España.

PONZANO, E. (2001). *Caracterización e historia colonización departamento Belgrano*, historiador y periodista local-ex concejal de Las Rosas. Disponible en <http://www.lasrosas.gov.ar/historia>. Ingreso 08/02/10

PICHON-RIVIÈRE, E (1985) *El proceso grupal: del psicoanálisis a la psicología social*. Buenos Aires Edit.: Nueva Visión.

RAWSUI, J. (1992). *La higuera (Ficus carica) y otras plantas cultivadas en España*. Madrid, España. Edic: Universidad Madrileña.

RODRÍGUEZ, M (2005). *Impactos diferenciados de la liberalización comercial sobre la estructura agrícola de América Latina*, Serie Desarrollo Productivo, División de Desarrollo Productivo y Empresarial, CEPAL, Santiago de Chile

ROSENSTEIN, S; CITTADINI R, (1999) *Las estrategias productivas de los productores hortícolas del cinturón verde de Rosario*, Tesis presentada para Maestría en Ciencias Sociales FLACSO, de U.N.R, Rosario.

ROZENBLUM, C (2006) *El turismo rural como impulso para procesos de desarrollo local*. Estudios de caso en la región pampeana argentina", Tesis de maestría. Presentada en Universidad Nacional de Gral. San Martín, 2006 – Universidad Autónoma de Madrid.

SAMPIERI, R; y otros. (2007) *Metodología de la Investigación*. 4º Edición. Lugar: México Editorial: Mc Graw-Hill Interamericana.

SANCHEZ OSORIO, M J; y otros (2011) *Agricultura Familiar Agroecológica Campesina en la Comunidad Andina*. Una opción para mejorar la seguridad alimentaria y conservar la biodiversidad. Biblioteca Nacional del Perú No 201106200.

Material disponible en [http://www.comunidadandina.org/Upload/2011610181827revista\\_agroecologia.pdf](http://www.comunidadandina.org/Upload/2011610181827revista_agroecologia.pdf)

SAUTU, R. (2004) *El método biográfico .La reconstrucción de la sociedad a partir del testimonio de los actores*, 2º edición. Ediciones Lumiere.

SEVILLA GUZMAN, E (2000) *Agroecología y desarrollo rural sustentable: una propuesta desde Latino América*. Artículo disponible en <http://geografiaposgrado.files.wordpress.com/2009/04/agroecologia-y-desarrollo-rural1.pdf>. Ingreso 22/06/2011

SEVILLA GUZMÁN, E y otros (2003). *Los marcos conceptuales de la Agroecología*. Ponencia presentada en el IV Seminario Internacional de Agroecología. Porto Alegre, Rio Grande do Sul (Brasil). Noviembre 2003.

SEVILLA GUZMÁN, E (2006). *Agroecología y soberanía alimentaria: alternativas a la globalización Agroalimentaria*. Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza. PH CUADERNOS. Disponible en <http://institucional.us.es/compromiso/libreconf/docs/agroecologia.pdf>. Ingreso 22/06/2011

SILLI, M. (2010) *¿Cómo revertir la crisis y la fragmentación de los territorios rurales? Ideas y propuestas para emprender procesos de desarrollo territorial rural*, Bs As. Ediciones INTA.Edit Grafica Latina.ISBN:978-987-1623-77-8.

SINTES, P. (1996). *Virtudes curativas de la almendra y otros frutos secos: avellana, cacahuete, castaña, coco, chufa, nuez, oliva, piñón, higo y ciruela*. 2 ed. Barcelona, España: Editorial Española.

SISTEMAS AGROALIMENTARIOS LOCALIZADOS (2008) *Revisión de ponencias presentadas en 5 ejes* en IV Congreso Internacional de la RED SIAL, Mar del Plata, 27 al 31 de octubre de 2008.

STAKE, R E. (1998) *Investigación con estudio de casos*, Madrid. Ediciones Morata.  
Disponible en <http://investigacionsocial.sociales.uba.ar/>. Ingreso 07/09/2012

TRENTINO, C (2009) entrevista realizada por antecedentes históricos Las Rosas y caracterización agronómica. Jefe INTA AER Las Rosas hasta 2011.

VELARDE, I. y otros, (2004) *Productos típicos y Desarrollo local: los casos del vino de la costa y el tomate platense*, Buenos Aires. Editor UNS.  
ISBN 9871171099, 9789871171095

YIN, R (1994) *Investigación de estudios de caso .Diseño y Métodos*.  
L o n d r e s . E d i c i ó n S A G E Publications International Educacional and Professional Publisher.

HOJA DE INFORMACIÓN 12 .*Cría de cerdos*.  
Disponible en [www.fao.org/docrep/V5290S/v5290s23.htm](http://www.fao.org/docrep/V5290S/v5290s23.htm). Ingreso 10/11/2012



## 9. ANEXOS

### 9.1 Matriz cualitativa N° 1 Descripción de los casos

	Caso 1	Caso 2	Caso 3	Caso 4	Caso 5	Caso 6
Motivación de inicio de la producción	Divorcio/búsqueda laboral autogestión.	Crisis 2001/planes/huerta comunitaria	2003.Sabían hacer y se animaron a participar en ferias	Sabía hacer algo. Se capacitó y se animó a ofrecer	Enfermedad padre. Pérdida de capital tierra	Llegada a Las Rosas
N°1	Sup:6 has Las Rosas Arándanos,	Sup:1500M <sup>2</sup> Las Rosas Verduras de hoja, raíz	Sup:500M <sup>2</sup> Las Rosas Licores, mermeladas, Plantines,panes	Sup:1600 M <sup>2</sup> Las Rosas Verduras mermeladas	Sup: 5has Las Rosas Higos frescos	4 has-5has) Las Rosas Miel Verduras cortadas
N°2	Desde Hace 5 años	6 años	7 años	7 años	10 años	10 años
N°3Formas Vtas	Boca en boca Directa	Boca en boca Directa	Boca en boca. Directa	Boca en boca, Directa	Boca en boca, hablando con posib. Proveedores.Indirecta	Boca en boca. Directa
N°4	Empresa familiar. Autogestión.En cosecha	Grupo(dos)	Grupo(dos) familiar	Familia	Sólo ahora, Contrata cosecheros	Empresa familiar
N°5	Mis productos son comprados	Mis productos son comp.	Panes y huevos si. Lo otro cuesta	Mis produc son comprados a veces	Son comprados	A veces. Cuesta..
N°6	*Vecinos *Profesionales *Boca en boca	*Vecinos *Inter/industria	*Vecinos *Boca en boca	*Vecinos *Boca en boca	*.Vecinos *Inter/industria	*Vecinos *Inter/industria
N°7	Desconocimiento propiedades fruto	Lo acondicionado se compra.	*caro *calidad *pedido(mermeladas)	*caros *Falta continuidad producción	*Climático	*por competidores externos. *climático
N°8	Los que lo compran, valoran calidad y propiedades fruto ante todo, sin ver precio	Valoran calidad y duración en la heladera	Valoran calidad	Valoran calidad	Calidad fresco	Calidad Producción local sin agr.
N°9	Formalizar ventas con producto certificado.	Formalizar ventas con producto certif y etiquetado	Formalizar con producto certificado	Formalizar con prod. certificado		Formalizar y tener continuidad
N°10	Certificación, marca	Etiquetas	Marca, reconocimiento	Etiquetas		Etiquetas

Nº11	Adecuar oferta a mercado estacionalmente. Deshidratar fruto	Adecuar O/D .Planificar estacionalmente	Planificar estacionalmente	Si, Planificar estacionalm.	Con la poda estacionan la producción de higos	Estacionar producción
Nº12	Infraestructura adecuada	Infraestructura no adecuada	Infraestructura no adecuada	Infraestructura no adecuada	Infraestr. No adecuada, cámara de frío le haría falta.	Infraestructura no adecuada
Nº 13	Cosecha ,acondicionamiento Venta. Bandeja, proceso medianamente industrializado	Cosecha,acondic,venta personalizada.Bandeja,atado-venta artesanal	Preparan y venta personalizada. Bandeja,atado.artesanal	Cosecha, acondic, venta personaliz. Bandeja,atado	Cosecheros, cajones Venta anticipada medianamente industrializada	Pedidos. Cosecha, acondic y entrega. Venta anticipada artesanal
Nº14	Sin competencia local	Hay competencia.	Hay competencia	Hay competencia	Sin competencia	Hay competencia
Nº 15	Otros mercados. Valor agregado al productos	Otros mercados. Continuidad en la confianza de le gente	Infraestructura	Otros mercados		Otros mercados
Nº16	Capacitados	Capacitados	Capacitados	Capacitados	Capacitado	Capacitados
Nº17	Sóla en la gestión Individual organizado	Sólo dos personas, Amigas Grupal	Sólo dos personas, hermanas Grupal	Sola, y a veces familia	Individual organizado	Matrimonio

### 9.1 Matriz cualitativa N° 1. Descripción de los casos ( 2° parte)

	Caso7	Caso 8	Caso 9	Caso10	Caso11	Caso12
Motivación	Despido en trabajo curtiembre	Hace 2 años, por hobby.Siempre lo hizo para autoconsumo	Siempre desde niñez	Taller de Municipalidad e Inta en su casa	Por necesidad	Como otra altern por baja rentabilidad tambo
N°1	Sup:1500 m2(marzo 11) Las Rosas Verduras de hoja, aromáticas ,nueces, dulces	sup:10x50 (mayo 2011) Las Rosas Verduras de hoja, cebolla verdeo	Sup:40x35 Armstrong Verduras de hoja, raíz, cebollas	Armstrong Verduras de hoja. A veces panes	Armstrong Repostería	Cristina Fontana Las Rosas Gírgolas
N°2	Desde hace20 años	Desde hace 2 años	De chico .más de 20 años	Desde hace 20 años	Desde hace 8 años En Armstrong	Desde hace 7 años
N°3	Boca en boca. Directa	Boca en boca. Huerta se ve en el barrio. Directa	Boca en Boca. Directa	Hace 2 años después de una reunión vendo más. Difusión televisión	Boca en boca. Por mis hijos. Directa	Boca en boca.Amigos. Directa
N°4	Solo	Solo	Solo	Matrimonio	Con mi hijo menor	Con mi marido
N°5	Si lo que ofrezco me compran, pocas veces regreso con productos	Vienen a comprar a la huerta, en ese momento corto verdura	Corto y vende.	Vendo lo que ofrezco. todo	Vendo todo	Vendo lo producido que no es mucho
N°6	A la gente en la calle, casa por casa. consumidores varios	En la huerta, a veces llevo a familias .Consumidores varios	Toda la gente, la que puede pagar. Consumidores varios	Gente de “plata”. Consumidores varios	Gente trabajadora	Gente que puede pagar y conoce propiedades
N°7	Desconocimiento	Desconocimiento	Yo vendo todo	Se vende demasiado	Vendo todo	Vendo todo
N°8	Son verduras frescas	Son verduras frescas	Por economía ,frescas	“les encanta”	Es artesanal	Es fresco y local
N°9	Formalizar ventas	Formalizar ventas	Sueño: formalizar	Me conformo con lo que hacemos	Mi sueño es tener una empresa de catering	Producir y tener una marca propia
N° 10	Valoración productos	Valoración de los productos	Sello de calidad	Mejor empaque, etiquetas.	La gente común lo valora, el que trabaja	Valoración calidad y propiedades
N°11	Si con planificación	Sí con planificación	Tendría que estudiarlo	Solo a particulares, no a negocios	Si con planific.	Sí me gustaría
N°12	Tablón en la huerta	Mesada en la huerta	Tablón en la huerta	Casa ,cocina	En la cocina	En una galería
N°13	Cosecha, atado acondicionamiento .atado Venta miércoles y sábados	Cosecho, acondicionamiento ,venta diaria ,picada y atado	Cosecho, acondiciono, vendo .todos los días .atado	Cosecho, acondiciono, vendo , atados o cortada	Compro insumos, preparo receta,y mi hijo sale a vender a las oficinas	Compro semilla, acondiciono lugar, espero la germinación y ofrezco antes de salir con producto
N°14	Si hay competencia, pero todos vendemos	Si hay competencia, igual vendo	Si hay competencia, igual vendo.	“El sol sale para todos”	No hay competencia	En la zona somos los únicos
N°15	Vender más y siempre llegar al vecino	Vender productos sanos, siempre	Si vender a todos	Vender y que la gente esté conforme	Vender siempre y con calidad	Producir y vender

N° 16	Sin capacitación	Sin capacitación	Estoy capacitado	Si algo	Estoy bastante capacitada	Si hemos realizado capacitaciones s/cultivo
N° 17	Hoy solo en la gestión	Solo en la gestión	Solo en la gestión	matrimonio	Con mi hijo	matrimonio

**Cuadro N° 6 Estrategias de comercialización de pequeños productores agroalimentarios con enfoque agroecológico**

Tipos de estrategias	Dimensiones(formas de organización)	Casos(la dimensión de producción está implícito en los casos)	Dinámica	Contexto
Trueque (2001-2008)	Original	2	Vertical	Crisis económica-política y social nacional
	Transformado	2		
Boca a Boca (2001-2013)	Inter/Industria	5,2,1	Red vincular	continua
	Vecinos	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12		continua
	Profesionales	1,4,6,11,12		continua
	No previsible	2		continua
	Planificada	1;3;4,5,6,7,9,11,12		continua
	Mixta(Int-part)	5,7,9		continua
Particular/personalizado (2008-2013)	Vidriera	8		personal
	Habla más vende	10		Por agradecimiento
Feria(2008-2013)	Lógica no previsible	3;4,9,11,12	Circular por entropía	Políticas Públicas emergentes
	Lógica de planificación	2,6,9,3		Apoyos a espacios de venta