

**PROYECTO AGRICULTORES FAMILIARES, INNOVACIÓN Y MERCADOS
ATN/RF-16108-RG**

Producto 2. Informe con 12 estudios de caso concluidos

**Análisis preliminar de la experiencia de innovación
comercial, productiva y organizacional de productores
familiares hortícolas en el Partido de General Pueyrredon**

Autores: María Eugenia Barrientos, Cecilia Aranguren, María Laura Viteri
y Francisco Rodríguez

Coordinación: Francisco Rodríguez

2020





Códigos JEL: Q16

FONTAGRO (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria) es un programa de cooperación administrado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), pero con su propia membresía, estructura de gobernabilidad y activos. Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, FONTAGRO, de sus Directorios Ejecutivos ni de los países que representan.

El presente documento ha sido preparado por María Eugenia Barrientos, Cecilia Aranguren, María Laura Viteri y Francisco Rodríguez
Coordinación: Francisco Rodríguez
Edición: Federico Miri

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial- SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional. Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

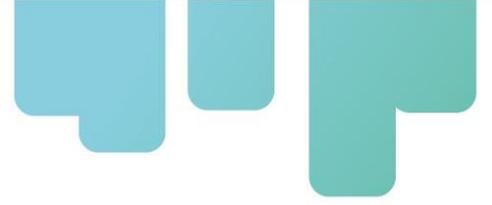
Esta publicación puede solicitarse a:

FONTAGRO

E-mail: fontagro@fontagro.org

Web: www.fontagro.org





Resumen

Los casos innovadores frutihortícolas seleccionados para este estudio de caso están situados en el Partido de General Pueyrredon (sudeste de la provincia de Buenos Aires, Argentina). Las experiencias estudiadas reflejan una diversidad de estrategias de fortalecimiento organizativo y de diferenciación, como el sello de calidad impulsado por la Asociación Frutihortícola de Productores y Afines del Partido de General Pueyrredon (AFHOPyA), la consolidación y el desarrollo de organizaciones de base (Movimiento Trabajadores Excluidos –MTE– rama rural) con ferias comerciales articuladas con la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), y la construcción de redes agroalimentarias alternativas (agroecológicas). Todas estas experiencias coexisten en el territorio en estudio que es la ciudad de Mar del Plata.

Este informe se apoya en fuentes secundarias (trabajos previos del equipo de investigación del INTA Balcarce y de la Universidad Nacional de Mar del Plata) y primarias (entrevistas, observación participante) para conocer las experiencias de innovación desde la dimensión comercial.

Las innovaciones comerciales estudiadas en Mar del Plata están insertas en un marco de complejidad y conflictos de intereses. La relación entre normas de control en el uso de agroquímicos y la heterogeneidad de actores sociales involucrados con la producción de frutas y hortalizas en el Cinturón Hortícola del Partido de General Pueyrredon, generan una multiplicidad de territorios. Se observa que la trama productiva, comercial y de consumo de hortalizas sigue asociada al modelo de producción hegemónico, donde se privilegian características de logística, volumen, y calidad visual, que implican mayor uso de agroquímicos, semillas importadas y tecnología de insumos. De todas maneras, se registran experiencias de producción, distribución y consumo de alimentos sanos que son una contestación al modelo hegemónico, priorizando en desarrollar territorios sustentables en los periurbanos de Mar del Plata. Las experiencias que se presentan en este informe están vinculadas a prácticas que buscan respetar el medio ambiente, a las trabajadoras y trabajadores, y a las consumidoras y consumidores. Si bien la proporción de actores sociales sensibilizados con la innovación de prácticas más sustentables en el entramado hortícola es incipiente, existen potencialidades para ampliar estas prácticas para todo el Cinturón Hortícola de la ciudad.

Palabras clave

Comercialización, Innovación, Gobernanza, Territorios, Políticas Públicas



Introducción

El presente estudio de caso se inscribe en el marco de la ejecución del Proyecto FONTAGRO “Agricultores Familiares, Innovación y Mercados” (ATN/RF-16108-RG). Para el estudio del caso de innovación en el territorio alrededor de la ciudad de Mar del Plata se han seguido los lineamientos teóricos y metodológicos del Proyecto. Teniendo en cuenta los primeros informes de la consultoría realizada durante 2017 y 2018, donde se detallan los trabajos de investigación y de difusión acerca de la realidad productiva, comercial y de consumo, se describe la zona geográfica, principales características de los actores involucrados en las experiencias de innovación (número de productores, dinamizadores, promotores, consumidores), y los canales comerciales utilizados, este informe pretende analizar estas experiencias bajo las nociones teóricas propuestas por el Proyecto: innovación técnica social; mecanismos de coordinación entre los actores (gobernanza), y mercado.

El estudio de caso sobre innovaciones frutihortícolas del Partido de General Pueyrredon refleja una diversidad de estrategias de fortalecimiento organizativo y de diferenciación en la calidad productiva, como el sello de calidad ideado por la Asociación Frutihortícola de Productores y Afines del Partido de General Pueyrredon (AFHOPyA), la consolidación y el desarrollo de organizaciones de base (Movimiento Trabajadores Excluidos –MTE– rama rural) con ferias comerciales articuladas con la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), y la coconstrucción de redes agroalimentarias alternativas (agroecológicas). Estas experiencias fueron abordadas a través del uso de herramientas metodológicas cualitativas: entrevistas en profundidad (24), observación participante que derivó en relatos etnográficos y de experiencias, encuestas a consumidores, observaciones en nodos de comercialización y consumo, vivencias en campo a través de los talleres de videos mínimos, filmaciones en almacenes saludables con la participación activa de diversos actores del territorio (productores, consumidores, proveedores de frutas extra regionales, nutricionistas, etc.).

Se observa que la trama productiva, comercial y de consumo de hortalizas sigue asociada al modelo de producción hegemónico, donde se privilegian características de logística, volumen, y calidad visual, que implican mayor uso de agroquímicos, semillas importadas y tecnología de insumos. Este informe se vale de fuentes secundarias (trabajos previos del equipo de investigación del INTA Balcarce y de la Universidad Nacional de Mar del Plata) y primarias (entrevistas, observación participante) para conocer experiencias de innovación en lo comercial. Se evidencian incipientes cambios en la producción, distribución y consumo de alimentos sanos que se producen en los territorios periurbanos de Mar del Plata, que respetan el medio ambiente, a las trabajadoras y trabajadores, y a las consumidoras y consumidores. Asimismo, se observa que la proporción de actores sociales sensibilizados con la innovación de prácticas más sustentables con el medio ambiente y los sujetos del entramado hortícola es, ciertamente, incipiente. Las tres instancias innovadoras son analizadas en este informe bajo las dimensiones consensuadas en el



proyecto FONTAGRO (ATN/RF-16108-RG).

El presente informe se divide en cuatro apartados: 1) Metodología utilizada; 2) Caracterización de los actores y sus canales comerciales; 3) Innovación técnico social y gobernanza; 4) Impacto de la innovación en el territorio.

1. Metodología

Las herramientas metodológicas utilizadas adoptaron un enfoque cualitativo con entrevistas semiabiertas y observación en terreno. Se sistematizaron fuentes secundarias de información (datos censales, normativas, páginas web, redes sociales, noticias periodísticas y publicaciones científicas). Asimismo, se realizaron entrevistas en profundidad y semiestructuradas a diversos informantes calificados: funcionarios, productores, investigadores, profesionales del sector privado, técnicos de organismos del Estado, referentes de organizaciones socio-ambientales, asociaciones de productores y organizaciones sociales de productores del sector. Se realizaron actividades audiovisuales, como talleres donde se priorizó la realización de videos mínimos por parte de los actores de las experiencias, con el propósito de valorizar sus prácticas de innovación, tanto a nivel productivo como en la aplicación de diversas estrategias comerciales. Asimismo, se realizaron registros audiovisuales para la elaboración de un video respecto a un nodo de venta en la ciudad de Mar del Plata, vinculado a uno de los grupos analizados.

2. Caracterización de los actores desde la producción

La compleja y heterogénea red de innovaciones comerciales de la agricultura familiar (AF) observada en el partido de General Pueyrredon puede sintetizarse en tres grandes grupos. Esta clasificación toma como criterios de separación: tipos de productos ofertados y formas de gobernanza que se dan en cada uno de los grupos de productores que innovan en la producción y comercialización, utilizando diversos canales comerciales. La siguiente tabla sintetiza las principales características de innovación de los productores convencionales, en transición y agroecológicos.



Tabla 1. Estudios de Caso de Innovación Comercial y Productiva del Cinturón Hortícola Marplatense (Partido General Pueyrredon)

	1. Productores Convencionales	2. Productores en transición agroecológica	3. Productores Agroecológicos
Prácticas Productivas Sustentables	Convencional Buenas Prácticas Agrícolas	Producción en transición agroecológica	Agroecología
Convenciones de calidad	Sello de calidad Certifican inocuidad	Confianza y compromiso social	Confianza
Canales de Comercialización	Mercado Mayorista Verdulerías / Supermercados	Mercado Mayorista / Feria / MTE fruteros	Puerta a Puerta Dietéticas Redes Sociales
Consumidor	Convencional Escaso Conocimiento	Identidad Local / relación directa con productor	Consumidores ciudadanos Calidad Subjetiva
Organización	AFHOPyA	MTE rural MDP	Redes Privadas Múltiples

FUENTE. Elaboración propia en base a información secundaria e informantes calificados (2019)

De acuerdo al tipo de producción, se analizaron las estrategias construidas por los y las horticultoras del Cinturón Hortícola Marplatense. En el primer grupo del cuadro se describe a la Asociación Frutihortícola de Productores y Afines del Partido de General Pueyrredon (AFHOPyA). Esta organización privada reúne a productoras y productores que cultivan frutas y hortalizas bajo las normas convencionales, buscando innovar en aplicaciones racionales de agroquímicos, siguiendo buenas prácticas agrícolas, y diferenciándose del resto de los productores a través del diseño de un sello de calidad.

El segundo grupo de productores y productoras, es clasificado por su modo de producción que se dirige hacia la transición agroecológica. Se destaca por su gobernanza nacional. Estas horticultoras hacen parte de un movimiento urbano nacional, que ha incursionado en la ruralidad con innovaciones relacionadas con las estrategias comerciales. En Mar del Plata estas innovaciones se constituyen a partir de Ferias Abiertas en plazas de la ciudad, con autorización de venta por parte del Municipio.



El tercer grupo estudiado corresponde a productores y productoras agroecológicas. Se trata de un grupo heterogéneo de actores, algunos vinculados entre sí y trabajando colectivamente en la innovación productiva y comercial y otros con estrategias familiares individuales. Sus formas de comercializar son diversas y algunos combinan más de un canal, registrándose desde ventas en la huerta, distribución a domicilio, en comercios especializados, mercados mayoristas y muchos usan Tecnologías de Información y Comunicación (TIC).

En función a las entrevistas y observaciones realizadas, en los siguientes puntos, se caracteriza a cada uno de estos grupos que coexisten en el mismo territorio. Algunos de los productores y productoras participan tanto de la AFHOPyA, como de los movimientos sociales. Se observan redes poco articuladas entre productores, técnicos, asociaciones y funcionarios públicos. Los procesos de desarrollo sustentable en los territorios implicarán en un futuro cercano, no solo la profundización del conocimiento y visibilización de las estrategias innovadoras diseñadas por los productores, sino la articulación y consolidación de todos los actores que integran la trama de la producción, distribución y consumo de hortalizas en el Partido de General Pueyrredon.

2.1. Productores Convencionales

En este grupo de productores el sistema de comercialización más utilizado es la modalidad denominada “culata de camión.” Intermediarios, camioneros y/o consignatarios provenientes de Mar del Plata o diferentes áreas del país (ciudad de Buenos Aires, Necochea, Bahía Blanca, y hasta de Rosario), llegan a las explotaciones, compran o consignan mercadería para vender en los diferentes mercados mayoristas. Algunos productores, con transporte propio, y con una organización familiar que permite dividir tareas de producción y comercialización, cuentan con puestos propios o playas libres en alguno de los tres mercados de la ciudad.

Esta modalidad comercial es registrada como dada, y son pocos los y las productoras que buscan otras alternativas de venta. En general, muchos reconocen que el pago por parte del intermediario no es suficiente, pero es la única vía que tienen para vender el volumen excedente de sus huertas. A la complejidad de la venta, se suman otras problemáticas relacionadas con tecnologías y uso de agroquímicos en la producción, asesoramiento legal en la contratación de mano de obra. En ese sentido, de acuerdo a la información proporcionada por informantes calificados, la AFHOPyA cumple un relevante rol para las familias productoras con menor capacidad financiera, en particular para cuestiones vinculadas al asesoramiento legal o técnico:

“Tengo entendido que ellos [AFHOPyA] nuclean todo tipo de productores: pequeños, medianos y grandes. Los grandes van a veces a las reuniones, pero a los chicos y medianos les sirvió, en su momento, tener estos ingenieros agrónomos para que los asesoren con las recetas. Los medianos y grandes ya pagan un asesor hace bastante.”



Tener un asesor permanente para la producción integrada es fundamental. Entre todos, pagan a un ingeniero agrónomo. Creo que hay unos cinco grupos. Nosotros les dimos un curso de monitoreo para el control integrado.” (Entrevista 3_2017)

“¿El objetivo de la Asociación? Nos une el espanto (risas). El objetivo es poder hacer que el productor tenga un ingreso mucho más cercano al que paga el consumidor. Donde vos achicas la cadena, mejoras la situación. No es posible que un señor que compra tractor, invierta, sea monotributista. Pero él te dice: “es que nadie me da recibo, no puedo facturar a nadie.” El mercado no quiere facturar. Cuando todo un sistema se vuelve perverso, donde no hay facturas en las verdulerías, en los mercados mayoristas...los productores más grandes facturan una parte, pero no todo. El productor chico no tiene ni la posibilidad de mitad en negro, mitad en blanco...le pagan todo en negro.” (Entrevista 2_2017)

Los testimonios muestran la variedad de acciones que se realizan en el marco de AFHOPyA, desde cursos para mejorar la aplicación de agroquímicos, como asesoramientos legales para mejorar la transparencia de mercado. Casi todos los integrantes que nuclea la Asociación, adhieren a la modalidad productiva de frutas y hortalizas de tipo intensiva y convencional. Todas estas explotaciones tienen un alto grado de dependencia de insumos externos, que busca acceder a mayor escala para que el negocio sea más redituable. De acuerdo al presidente de AFHOPyA, la Asociación agrupa a más de la mitad de los horticultores del cinturón hortícola del partido. La mayoría de los productores proviene de Bolivia, quienes desarrollan sus actividades en los meses de mayor producción local. Trabajan muchas horas y contratan muchas veces a compatriotas que vienen a la Argentina para mejorar su nivel de vida (Benencia, 1997). Uno de los informantes calificados explica cómo es la modalidad laboral en los diferentes cinturones hortícolas:

“Entre fin de agosto/septiembre hasta mayo/junio es el período de actividad. Por eso, en invierno muchos viajan a Bolivia. En La Plata, el trabajo baja en verano por el calor. El ciclo productivo de Mar del Plata es diferente. Entre junio y agosto, al no haber gente, tenés que hacer cultivos que no requieran mucha mano de obra. Algunos dejan por ejemplo puerro. Un año valió 600 mangos el cajón de puerro” (Entrevista 2_2017).

La AFHOPyA se organiza y surge como asociación a partir de un movimiento conformado por un grupo de productores frutihortícolas marplatenses en respuesta a la aplicación de la Ordenanza Municipal 18.740/08 de restricción en la aplicación de agroquímicos en el partido de Gral. Pueyrredon (Aranguren et al., 2017). Debido a la movilización en contra de la ley por parte de las y los horticultores, se intenta modificar la Ordenanza por una que invita al diálogo entre funcionarios públicos, técnicos de instituciones públicas y productores (21.296/13). La interacción para consensuar dentro del conflicto de intereses que genera la prohibición en el uso de agroquímicos se desarrolla en el marco de una mesa técnica que propició el municipio. El mismo presidente de la Asociación comenta sobre las restricciones en el uso de agroquímicos:



(...) “la nueva ordenanza (21296/13) tenía metros de restricción y había que cumplir con muchas condiciones. Insecticidas que están usando en Rosario, en Alvarado y nosotros no podemos usar por la cautelar. Las cautelares... el productor no tiene obligación de conocerlas. Si nos notifican, nosotros demandamos al municipio. Yo no uso productos prohibidos. Yo uso productos autorizados por el SENASA. Por eso, en este conflicto que no va a terminar pronto, ni va a terminar bien. En verdad, el Municipio no nos está cuidando como debe.” (Entrevista 7_2018)

La participación del presidente de la Asociación en la mesa técnica que reformuló la ordenanza 18.740, representó la posición de defensa de las posibilidades respecto a seguir cultivando hortalizas de manera convencional, solicitando asiduamente a las autoridades municipales la clarificación respecto a qué productos son tóxicos y cuáles no lo son. Todos los actores fueron invitados a conformar la mesa técnica. Sin embargo, las organizaciones ambientalistas estuvieron ausentes y manifestaron estar en contra de la modificación de la ordenanza 18.740 propuesta por ellos en 2008. Además de participar en la mesa técnica, la AFHOPyA convoca a algunos ingenieros agrónomos del INTA para incentivar la implementación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), así como el seguimiento técnico y uso adecuado de las recetas agronómicas. Hoy en día, la Asociación cumple un rol relevante en el asesoramiento legal a los productores tanto en aspectos de tenencia de tierra como contratos de mano de obra.

“La Asociación está cumpliendo con una función de asesoramiento legal, de acompañamiento grupal, se les aconseja con qué abogado hablar, tenés que ir al Juzgado de Faltas, hablar con tal contador, estar presente en cada situación. Tiene un rol bastante gremial, sin entrar en detalles económicos. La diaria del manejo y sus negocios es privada. Pero todo lo que afecta social y económicamente al sector, ahí está la asociación.” (Entrevista 2_2017).

La AFHOPyA adhiere, desde sus discursos y prácticas, a un modelo de producción intensiva. Los que dirigen las acciones de la Asociación en cuanto a formación legal, cursos de aplicación, etc. son fieles adherentes a la creencia de la ciencia como una práctica neutral. La ciencia puede contribuir, a través de innovaciones técnicas, a superar el conflicto sobre la prohibición del uso de agroquímicos. En síntesis, no ponen en tela de juicio el modelo productivo hegemónico con alto uso de insumos externos, considerando que es la única manera posible de ofertar hortalizas a toda la población. Es así que en las charlas, los productores con menos de 5 ha., buscan innovar bajo este paradigma, siendo más de 300 las familias horticultoras reunidas en AFHOPyA. El presidente explica algunas de las actividades realizadas:

“Igual nosotros abrimos para todos. Las capacitaciones son abiertas. En la última de monitores de enfermedades, plagas y enemigos naturales de las hortalizas vinieron todos los estudiantes de la escuela Agropecuaria de Miramar. Vino gente de todos lados. Sí, tenemos varios Convenios. Estamos con la secundaria agro-técnica de



La Laguna, para que los alumnos hagan sus trabajos finales en los campos. Es una manera de integrarse al sistema. Si no es como pararse en la tranquera y entregar un currículum. Es un trabajo de tiempo. Lo mismo hicimos con los monitores. Los monitores tienen que trabajar por lo menos como un año con los productores para que se conozcan. Entonces, vienen a las reuniones y a las capacitaciones. Como lo que hicimos con los ingenieros. Es un trabajo de a poco. Y en el medio, defendiéndonos de estos líos que no nos dejan trabajar.” (Entrevista 7_2018)

La AFHOPyA articula con diferentes docentes y estudiantes tanto de escuelas técnicas como de carreras universitarias como la de Economía. Los estudiantes pueden contar con las explotaciones hortícolas como instancias de capacitación y contacto con los productores. La AFHOPyA promociona “tecnologías de punta” relacionadas con el modelo productivo intensivo que requiere de “innovadores capitalistas” que son el modelo a seguir, el “deber ser”. Para ello, ofrecen cursos relacionados con el desarrollo de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) en las explotaciones. Tanto el presidente, como la tesorera, asesoran a los productores a lidiar con asuntos legales (tenencia de tierra, alquileres, contrato de mano de obra, etc.). De todas maneras, algunos referentes de la horticultura marplatense son críticos respecto al manejo o tipo de relaciones que promueven los directivos de la Asociación con los productores:

“Poner a un electricista como presidente de la Asociación, no cierra. Es como ir al puerto de pescadores, y que los represente un tipo que está en la construcción... Otro tema son las agronomías, la frase: "lleva, después me lo pagas" hace que los productores tengan una relación de dependencia, ahí se explica todo.”

“Creo que la Asociación no ha logrado cuidar, respaldar suficientemente a la población boliviana. Conozco a algunos de sus promotores, inclusive uno estuvo en el Centro de Residentes Bolivianos, contándoles sobre el sector. Se ve que es un hombre con mucha experiencia, pero lo noté muy pesimista. Como que no había chance de cambiar nada, de mejorar nada, una persona mayor. Con mucho resentimiento a cierto sector político al cual no pertenece. Eso la verdad fue muy fuerte. Yo la verdad que no lo conocía, y eso fue como una letanía no de insultos, porque es una persona muy educada, pero sí de agresión hacia cierto sector.” (2019_Entrevista 3)

Algunos de estos testimonios reflejan cierto prejuicio o diferenciación entre los asociados y los que dirigen o coordinan las reuniones o encuentros. Parecería que la dinámica vincular es de tipo verticalista. En cambio, para otros entrevistados, la AFHOPyA es un ente que está en el día a día con los horticultores:

“Conocen el sector. A su vez, él (presidente de la asociación) es técnico electricista y conoce. Hace el servicio y mantenimiento de la parte eléctrica, bombas de agua, en todas las quintas. Es una persona conocida en el medio. El poder de convocatoria es



muy alto. Si la Asociación dice que va a pasar esto, termina pasando. Llegada con los productores, ya la tenían, la AFHOPyA los organizó un poco más.” (Entrevista 2_2017)

Tanto los que apoyan el accionar de la Asociación, como los que muestran ciertas resistencias, coinciden en señalar la verticalidad en el vínculo entre los asociados y “todo lo que saben” los que dirigen o lideran la asociación. Pareciera que la AFHOPyA los representa gremialmente, y los asesora en materia legal. Su objetivo es difundir a todos los horticultores el uso de tecnologías de insumos, para imprimir al sector alta tecnificación y productividad. Sin embargo, las entrevistas y observaciones en el campo, muestran que muchos horticultores no cuentan con suficiente capital financiero para los ciclos productivos (compra de semillas, agroquímicos), mantener un nivel biofísico adecuado en sus tierras propias o arrendadas, ni capital social para lograr un equilibrio sano entre el trabajo y el descanso.

La horticultura es una actividad intensiva por la alta demanda de mano de obra que, en la Argentina, involucra principalmente a la población boliviana migrante. El uso de mano de obra como factor de producción y de capitalización, muchas veces roza con cierto grado de vulnerabilidad que crea dudas en términos de los derechos laborales rurales frente a otros actores que desconocen las lógicas internas del sector. Esto es conocido tanto por los horticultores como por otros referentes relacionados al Cinturón Hortícola:

“Lo que es muy común es que una familia arriende 10 hectáreas. Esa familia no puede trabajar toda esa superficie, entonces, es ahí donde llaman al primo en Bolivia: “Escucháme, te necesito que vengas a ayudarme, vos te llevas un 30 y yo me llevo...” ya está instalado. El que viene ya sabe que no va a venir a ganar el 70%. Ahora no vienen tanto porque allá el dólar está a 6,90. Igual siguen llegando porque la perspectiva de crecimiento es mejor acá que allá. Y acá tenés acceso a un montón de beneficios que allá no tenés: salud pública, educación pública. Hoy por hoy, ha crecido un montón Bolivia, pero todavía no ha podido desarrollar lo que ha podido Argentina, gracias a políticas sociales y económicas populares.” (2019_Entrevista 5)

Las lógicas laborales y de contratación están fuertemente influenciadas por las relaciones de parentesco o de conocimiento mutuo. Los términos de regulaciones de los derechos de trabajo rural en el sector hortícola de la provincia de Buenos Aires, no son plenamente aplicados por parte de los contratados ni de los que contratan cuando esas relaciones están medidas por el vínculo de parentesco. Existen, además, situaciones donde se visualizan relaciones laborales ambiguas que rondan entre la legalidad/ilegalidad, y donde se dan situaciones de maltrato laboral. En ese sentido, desde la AFHOPyA a fin de buscar una solución a dicha problemática, tratan de reconsiderar la ley de mediería:

“Yo tuve la oportunidad de hablar con el Juez XXX del Juzgado Federal Nº 3 de Mar del Plata. Me recibió muy bien, muy amablemente. Pero, claro, él lo que me planteaba



es que este sistema de trabajo es de gleba. La gleba está abolida, está prohibida. Me citó un montón de acuerdos internacionales, a los cuales yo...calladito. Lo escuchaba simplemente, yo no sé nada. Pero a él si le pude decir: "entonces hay que pensar en el dueño de la tierra que le arrienda a este boliviano, por decirlo, y que este boliviano tiene un subarriendo. Ellos trabajan con un sistema de "porcentajeros". El sistema de mediero, me parece que va mitad y mitad. Pero el "porcentajero" es 70 y 30, 70% para el dueño y 30% para el que trabaja la tierra. La ley que está re-viendo la Asociación es la Ley de Mediería. Algunos también la llaman aparcería. Retomando aquellas primeras reuniones." (2019_Entrevista 5).

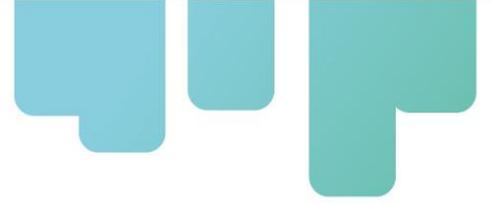
La participación de la AFHOPyA en la modificación de una reglamentación mostraría cierto poder en el manejo institucional. De todas maneras, esas leyes son provinciales y requieren de la participación de todos los actores involucrados en la producción hortícola. El presidente de la AFHOPyA se auto percibe como representante del sector a partir de su participación en la revisión de la normativa, y en las mesas de diálogo creadas a tal fin:

"Estamos, a la vez, haciendo el contrato de mediería que es para todo el país. Es un problema de toda la vida para los que ganan a porcentaje. La delegación del Ministerio en Mar del Plata ya me lo aprobó. Ayer surgió que se va a generar una mesa con todos los ministerios para que sea nacional. Porque La Plata y Florencio Varela me dieron también la representación. Yo me quedé como representante de la Comisión Asesora [Regional, acota su esposa y tesorera de la asociación] de la provincia de Buenos Aires y de la provincia de La Pampa." (Entrevista 7_2018)

Pareciera que la Asociación se mueve en dos grandes frentes: el normativo y el productivo. En relación al primero, se trata de dar visibilidad a la presencia de los horticultores del partido y de generar alianzas que permitan modificar leyes a nivel municipal, provincial y nacional. En el otro, se trata de fomentar el modelo de producción intensiva con tecnología de insumos, asesorando a los horticultores con menos capacidades financieras y en términos de legalidad laboral. La heterogeneidad de los tipos de productores que participan en la AFHOPyA es alta y se pone en evidencia por el hecho de contar tanto con asociados que también son parte del Movimiento Trabajadores Excluidos (MTE), rama rural, que reivindica el acceso a la tierra como con otros que son horticultores, técnicos y empresarios del sector de media a gran escala productiva.

2.2. Productores en Transición Agroecológica

En 2017, en General Pueyrredon, entran en escena las organizaciones sociales en el sector hortícola local: la Unión Trabajadores de la Tierra (UTT) y el Movimiento Trabajadores Excluidos (MTE), rama rural. En la búsqueda de nuclear a todos los actores emergentes del sector hortícola, actores de ambos movimientos interactuaron con algunos productores, entre ellos con productores que integraban un Grupo de Abastecimiento Local (GAL). Los GAL son propuestos



por el Pro Huerta y el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación en un contexto de desestructuración del apoyo que venía ejerciendo el Estado a la Agricultura Familiar. Su objetivo es mejorar la comercialización y producción de los productores con escaso poder para contratar asesoramiento técnico privado. Se le dio prioridad a los grupos que ya contaran con una asociación como el MTE o la UTT. Una referente explica los inicios del MTE a nivel nacional:

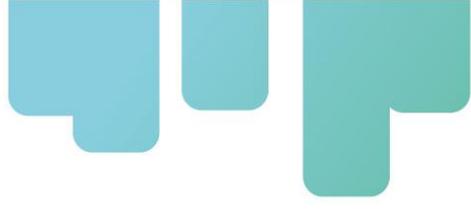
(...) “el MTE es de las primeras organizaciones después del movimiento Piquetero que surge en 2001, es como una mutación (...). El movimiento piquetero empieza a transformarse, pasa de movimiento de desocupados a trabajadores de la economía popular. Es un proceso largo de transformación. Se pasa de sujeto, ya no, como el desocupado sino como el trabajador, el trabajador de la economía popular... Esa síntesis es más entre 2014 y 2015. En 2013, 2012 empieza a haber una formación política para todos los dirigentes de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP). Se armaban cursos en la localidad de San Martín, donde está la escuela de formación política para trabajadores de la economía popular. Entonces el MTE -que lo fundó Juan [Grabois] en 2001 o 2002- no sé exactamente las fechas... nace del conflicto del Argentinazo, no sé si acuerdan del tren blanco de los cartoneros y todo eso... la organización que había atrás era el MTE.” (2019_Entrevista 8)

El MTE es un ensamblaje de actores diversos que, a través de acciones concretas, buscan validar los derechos universales en términos de acceso a la tierra, hábitat y trabajo de los productores y productoras a nivel nacional y regional. Como se mencionó en los informes anteriores, el MTE nace desde los sectores marginalizados por procesos socioeconómicos de exclusión de varias décadas en la Argentina. Bajo la estructura de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), se sindicaliza un conjunto de actividades marginales como los cuidadores de coches, los trabajadores sin tierras, etc. En Mar del Plata, el MTE surge en relación con organizaciones o cooperativas de vivienda:

“En Mar del Plata nosotros armamos el Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) con nuestras cooperativas de trabajo, de construcción de viviendas: “Los sin techo” en el Barrio “15 de Enero” principalmente. No organizábamos cartoneros, no organizábamos ninguna otra cosa más que eso.” (2019_Entrevista 8)

Al inicio comienzan con las viviendas, luego, son los de la comunidad inmigrante boliviana de La Plata, con parientes en Mar del Plata, con más de 30 años de trabajo en los cordones frutihortícolas, que solicitan también ser parte del MTE:

“Acá el MTE rural arranca con familiares de los militantes (del cordón hortícola) de La Plata. Entonces... como en La Plata ya veníamos de un año de trabajo... es impresionante, empezamos con una asamblea de 100 y en muy poco tiempo eran



miles.”(2019_Entrevista 8)

Para la rama rural, los horticultores del Área Hortícola Bonaerense son en su mayoría inmigrantes bolivianos que arribaron aproximadamente entre fines de los '70 e inicios de los '80. Muchos comenzaron como peones y fueron parte del proceso de movilidad social ascendente, denominado “escalera boliviana”, pasando de peones a arrendatarios, e inclusive un buen número de ellos ha accedido a la categoría de propietario (Benencia, 1997). Una ex-referente del MTE, relata cómo fueron los inicios en Mar del Plata con el grupo hortícola:

“Las comunidades migrantes tienen mucha relación entre ellos, están muy vinculadas. Nosotros pudimos fortalecer esa asamblea... antes que se cumpla un año les propuse a los compañeros dividir en dos grupos: Sierra de los Padres y Batán. Pero los mismos compañeros no se querían dividir, “todavía estamos empezando”, decían...somos muy exigentes con la calidad de la organización.” (2019_Entrevista 8)

En Mar del Plata este tipo de organizaciones productivas y de reivindicación de derechos está en pleno desarrollo. Las y los trabajadores de la tierra que hacen parte del movimiento son “tanteros”, que cobran por la tarea realizada y en función de su eficiencia laboral, otros cobran por el día o vienen sólo por tareas específicas de temporada productiva (Benencia, 1997). Todos ellos reciben del MTE un espacio para discutir sus problemáticas y tratar de recibir algún subsidio desde el estado. El MTE, junto con la Unión Trabajadores de la Tierra (UTT), son organizaciones que surgen desde ámbitos urbanos de la mano de jóvenes involucrados en organizaciones político partidarias. En Mar del Plata, el MTE está difundido en varios barrios urbanos y periurbanos, una de las productoras explica cómo se organiza el MTE:

“El MTE, rama rural, Mar del Plata cuenta con cerca de 200 de compañeros y compañeras con distintas características... Hay muy pocos compañeros y compañeras...que no alquilen...entonces no son los que pueden decidir sobre esa producción... tienen muy poco... no pueden decidir que producen, como producen, cuanto lo venden, a quien se lo venden.” (2019_ Entrevista 9)

La inestabilidad en el acceso de la tierra es una problemática que posiciona a los y las horticultoras en desventaja para programar sus cultivos y posicionarse de manera competitiva en el mercado. El movimiento no sólo les permite acceder a subsidios sino también a innovar en canales comerciales, aunque la mayor proporción del volumen de sus ventas se canaliza por el mercado convencional.

Las propuestas de canales alternativos del MTE son negociadas con el Municipio, contando los y las horticultoras con dos espacios en la ciudad para vender en Ferias. Estas ferias incluyen a los artesanos. En general, son las mujeres las que arman el puesto y venden tres veces por semana. Para que todas las familias tengan oportunidad de vender de manera directa al consumidor, las



mujeres se organizan con un sistema rotativo, en una semana vende una familia, en la siguiente, otra. Una de las integrantes, comenta:

“Se armó una feria para tres veces por semana. Es en una plaza céntrica de Mar del Plata y (...) los viernes en la Plaza Ferro automotor (...) Pero bueno, nada, hay ciertas dificultades en ese espacio que (...). En el espacio concreto están participando 8 compañeras, o sea, 8 familias, que se van rotando para feriar, algunas hacen lunes, miércoles y viernes.” (2019_ Entrevista 11)

Si bien en el caso particular de Mar del Plata, la innovación comercial se limita a la participación de las mujeres en las ferias de la CTEP, es importante mencionar otras estrategias comerciales que la organización está realizando en otras ciudades con mayor número de habitantes y otras nuevas estrategias que se implementarán a medida que se despliegan articulaciones locales y se fortalezca la organización. Entre las innovaciones a futuro planificadas por el MTE rural Mar del Plata (MDP), se encuentra la modalidad de venta de bolsones con alimentos frescos (Pueblo a Pueblo), y un puesto en nave comercial del Mercado Central de Buenos Aires (MCBA). Algunas delegaciones, además, han logrado convenios comerciales de provisión de alimentos con hipermercados.

De toda la población de productores del MTE Rural Mar del Plata, esta investigación focaliza en el Grupo de Abastecimiento Local (GAL), conformado en 2017 y facilitado por Ing. Agr. María Eugenia Barrientos. Los grupos GAL se desarrollan en el marco del Programa Pro Huerta (INTA-Ministerio de Salud y Desarrollo Social de la Nación). Los GAL fueron la representación de la única línea de apoyo del Estado a la Agricultura Familiar durante 2015/2019. A pesar del recorte presupuestario, el grupo GAL que es parte del Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), Rama Rural, siguió activo. Hasta 2019, el grupo estuvo acompañado por una técnica facilitadora con fuerte interés en la agroecología. Durante este período, los productores y productoras del grupo aprendieron a utilizar técnicas productivas apropiadas para iniciar un proceso de transición agroecológica. La planificación del segundo año, implicaba desarrollar redes de comercialización para abastecer localmente a los consumidores marplatenses. Para el tercer año se pensaba en fortalecer líneas de acción para generar valor agregado.

El programa GAL posee líneas o ejes de acción que integran los procesos necesarios para una promoción hacia la transición agroecológica, la organización del grupo de forma horizontal en la toma de decisiones, así como el abordaje de equidad de género en todas las actividades que se realizan en el programa. Esta estrategia se propone generar alternativas inclusivas y situadas en los territorios, que fortalezcan canales cortos de comercialización y fomenten el abastecimiento local por parte de dichas comunidades productivas. La participación tanto dentro de la organización del MTE rural como dentro del grupo GAL revela el rol protagónico de las mujeres productoras en términos de visualización clara del nivel de compromiso y acción organizativa efectiva que ellas ejercen. En el último plenario regional de Mar del Plata del MTE rural



participaron todas las delegaciones con sus delegados y delegadas. Siete de las ocho delegadas son mujeres (Observación Plenarío Regional MTE Rural en Laguna de los Padres, noviembre 2019). Una de las productoras del GAL, cuenta cómo fue para ella la experiencia de participar en el GAL:

“El grupo GAL, para mí, fue una experiencia hermosa...porque primero, nos pasó muchas veces en la cocina, de estar charlando con las compañeras...si, surgieron cosas... porque también lo que veo los compañeros y compañeras, están como un poco susceptibles a un “aparateo” que se haga con ellos, ¿viste?...” (2019_ Entrevista 13)

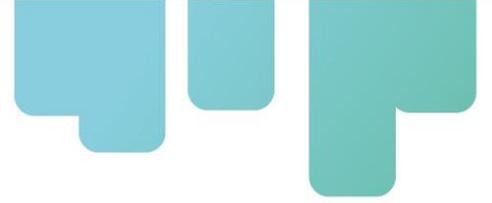
Si bien la productora sabe que los y las horticultoras son objeto de captación por los mismos partidos políticos, reconoce que el espacio de dialogo que le da el movimiento la fortalece como mujer más allá de las posibilidades de mejorar sus ingresos a través de nuevos canales comerciales. La forma de organización del MTE rural en MDP es a través de dispositivos asamblearios zonales donde por regiones productivas o parajes del cinturón hortícola marplatense, se reúnen los integrantes con un delegado/a que es nombrado democráticamente por ellos mismos, los integrantes de la delegación zonal. Unas de las iniciadoras de la organización en asambleas, relatan con entusiasmo cómo fueron creciendo en número:

“(...) la segunda reunión 30 (personas) a la tercera 50 (personas) que es un sector muy dinámico. No solo por la necesidad, sino porque la comunidad boliviana tiene una lógica de la organización mucho más arraigada, no tanto de la movilización, pero sí de la organización como método de subsistencia en la Argentina y me imagino que en Bolivia también. Muy rápidamente se fueron organizando, hay argentinos, también paraguayos, pero principalmente comunidad boliviana.” (2019_ Entrevista 8)

“Son 7 regiones en total. Está Colonia Barragán, Batán, Boquerón, Valle Hermoso, y ahora tenemos dos nuevas que son ahí cerquita de... Sierra de los Padres... (...) Si, todos son trabajadores de la tierra...pero no sabemos si alquilan, si trabajan a porcentaje, si trabajan alguna temporada (...) toman esa responsabilidad [en referencia a los delegados] a lo mejor tienen un poco más de compromiso y también las delegadas y delegados se eligen en asamblea...no se eligen así como así.” (2019_ Entrevista 13)

Ser parte del MTE, en muchos casos, implica recibir el salario social complementario. Asimismo, no todos lo reciben e igual son activos participantes. Otros reciben una tarjeta social del Ministerio de Desarrollo Social:

“Esa es una lucha que arrancamos hace varios años ya con el MTE y es una de las primeras luchas ganadas. La tarjeta social, como su nombre lo dice, es un salario



social complementario...que complementa el trabajo que el trabajador y la trabajadora de la economía popular ya realiza.” (2019_ Entrevista 13)

El MTE rural busca reivindicar los derechos de los trabajadores excluidos de los diversos sectores de la economía social y popular. La negociación con el estado para que todos reciban un complemento salarial es muestra de la importancia del movimiento en conseguir reivindicaciones para los trabajadores de base. En el sector frutihortícola se identifican los procesos de precarización y vulnerabilidad de derechos, y se busca, mediante asambleas, reconstruir espacios más inclusivos.

Desde el movimiento se gestan espacios comerciales a través de pedidos/solicitudes a la municipalidad. Las ferias, organizadas por la CTEP, cuentan con varios puestos de artesanías y de verduras. En la última Asamblea Nacional Anual (agosto, 2018), se trataron como temas para abordar de manera colectiva el acceso a áreas productivas más sostenibles y que los protejan de los inmensos costos de alquileres. Se remarcó la necesidad del trabajo cooperativo en todos los componentes de la cadena productiva, ya sea para el trabajo, para la producción, venta y logística con ajustes especiales para que no se transforme en capitalización de algunos sino en beneficio comunitario de todos los pequeños productores integrantes. Los ejes de acción son los mismos que se tratan en el Foro Agrario Nacional: Trabajo, Producción, Distribución, Acopio, y Comercialización. La reivindicación de derechos universales al acceso a la tierra, trabajo, hábitat es solicitada y extendida para todos los ciudadanos argentinos.

En la actualidad en Mar del Plata, el MTE Rural presentó un proyecto Especial de Pro Huerta, cuyo objetivo es recrear y fortalecer una matriz comercial interna virtuosa. El proyecto, aprobado durante 2019, comprende la adquisición de un acoplado con jaulas de plástico para poder trasladar las verduras y hortalizas desde los productores hacia diferentes bocas de entrega en Mar del Plata. El traslado está a cargo de la rama MTE fruteros, y uno de los puntos de entrega es la Cooperativa de Alimentos Mazamorra, que se encuentra en el centro de la ciudad de Mar del Plata. Mazamorra es una cooperativa gastronómica en desarrollo integrada por militantes del MTE que se inició poco después que todas las ramas del MTE en Mar del Plata. Producen alimentos en una cocina habilitada del Centro Cultural América Libre, sosteniendo un bar/restaurante y realizan reparto de viandas en los almuerzos para comercios y viviendas de los alrededores. El MTE rural Mar del Plata, como se mencionó anteriormente, también está avanzando en la planificación de otra modalidad de venta. Por ejemplo, se busca consolidar con los productores y productoras locales el reparto de bolsones “Pueblo a Pueblo” como el desarrollado en la ciudad de Buenos Aires.



2.3. Productores agroecológicos

La implementación de diversas estrategias de innovación comercial llevadas a cabo por los productores agroecológicos muestra alto nivel de dinamismo y heterogeneidad. Sus prácticas comerciales van desde la venta de bolsones de verdura agroecológica que reparten a domicilio o concentran en nodos comerciales a ventas en ferias o locales especializados, hasta la venta en sus propias explotaciones. Muchos utilizan Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), y otros innovan en canales como la restauración colectiva. Los emprendimientos estudiados son parte del paisaje heterogéneo de la forma de producir y vender, ellos y ellas se autodefinen como actores que crean mercados alternativos de consumo. Las profesiones de los agroecológicos también son variadas, encontrándose aquellos que realizan la actividad desde hace muchos años y el conocimiento fue adquirido a través de la práctica y muchos jóvenes, que teniendo títulos universitarios (inclusive agrónomos y agrónomas), encuentran en la agroecología una forma de vida. Dentro de los profesionales de la agronomía se observa una búsqueda por cambios de paradigmas:

(...) “después, cuando terminé la secundaria, entré en agronomía. La decisión fue no meterme en ningún lugar cerrado a trabajar, poder estar al aire libre. NO soy de campo, no tengo la impronta de campo...podría haber estudiado filosofía tranquilamente, y me hubiera cuadrado bien, pero tomé esa decisión.” (Entrevista P15_ 2019)

“El emprendimiento surge muy cerca del barrio, en playa Serena. Había una cuestión con la nueva ordenanza, que en su momento estuvo vigente, y no permitía hacer aplicaciones alrededor de los 1000 metros, entonces ahí fue donde empezamos a decir “tenemos una posibilidad de trabajar una tierra”...” (Entrevista P22_2019)

Los motivos de inicio de cada uno de los productores obedecen a múltiples y complejas realidades. Los y las productoras que se introducen en la horticultura desde el modelo convencional, reconocen en la alternativa agroecológica no sólo optar por una modalidad productiva más amigable con el medio ambiente, sino una opción por mejorar sus canales comerciales:

“Y trabajar natural...vender natural, trabajar natural no echar un veneno, aparte que es un bien para mis hijos...en algo que no les perjudica...porque Matías [uno de sus hijos] tuvo que salir a trabajar al kiwi...y yo, por no hacer quilombo, pero cómo va a estar el apellido de tu papá...pero “sí, mamá”, me dice, “yo me jodí la columna...” porque el día que llovía, él no tenía que echar veneno con la mochila...Ése era el trato: el día que llovía, él no tenía que ir a trabajar, ni echar veneno, ni nada...Llovía e igual lo mandaban. Y él no tenía otro trabajo y se cayó, y no sé qué le pasó en la vértebra...y



fue a la ART [Aseguradora Riesgo Trabajo] y todos querían hacer lío.” (Entrevista P26_2019)

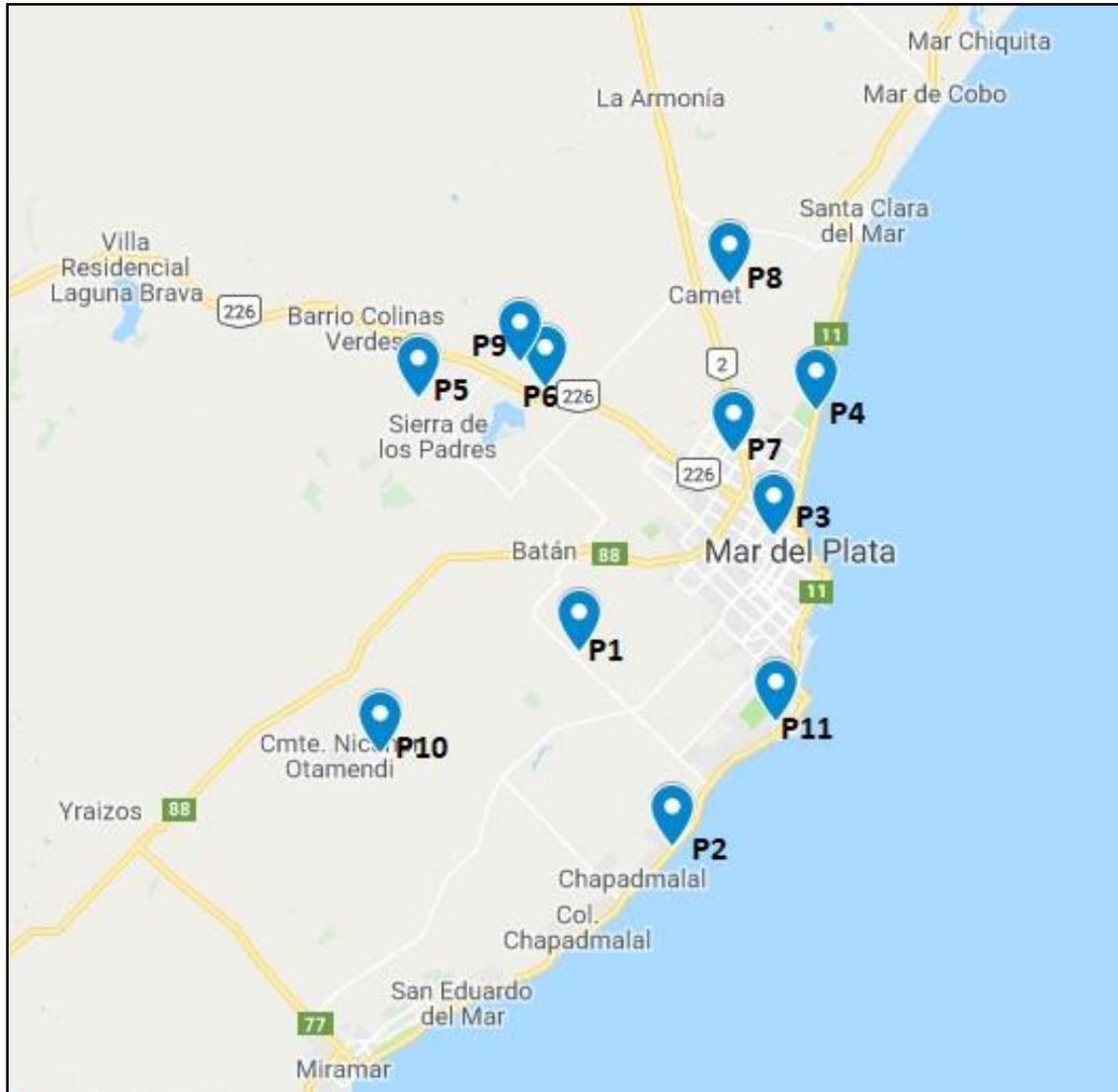
“Bueno,... yo empecé por necesidad, yo era jardinera. Estaba en un club de jardineras y tuve la suerte de conocer a la dueña del hotel, y la necesidad de trabajar... empecé cuidando las plantas del hotel y ahí me di cuenta lo que necesitaba un chef... (...) porque yo los veía no consiguen cilantro, no consiguen esto, perejil crespo...no me dedicaba a todo lo diferente porque no tenía manera de conseguir la semilla...te hablo de 17 o 18 años atrás.” (Entrevista P27_2019)

“...me habían echado del trabajo en blanco que tenía, fui a cobrar el seguro de desempleo y me dijeron que si presentaba un emprendimiento productivo me daban todo junto y el doble... en 2013, yo solamente estaba con la miel, propóleos y todos los derivados. Tenía la tierra acá, atrás de casa y veía que mis compañeros de la feria vendían mucha verdura y yo estaba con la miel siempre, porque tengo un perfil más de vendedor capaz, de inquieto para la venta y yo veía que de 8 a 10 h. no vendíamos nada nosotros. Estábamos mirando, la verdura se vendía y la miel quedaba para lo último. Las mieles un producto más, no es de primera necesidad como sería la verdura. Entonces a lo último la gente compraba miel o cuando hacía frío. Igual se vendía, pero la verdura era más movido...entonces, tuve esa idea y le pregunté a ella [feriante que vende hortalizas] que podía sembrar y así empecé.” (Entrevista P28_2019)

Estos testimonios muestran tanto la búsqueda de un trabajo que puede realizarse en mejores condiciones, sin uso de agroquímicos y riesgos para la salud, como la capacidad para crear e innovar en las prácticas productivas. Estos actores sociales muestran su dinamismo a la hora de negociar y mejorar su posición laboral tanto dentro de un esquema independiente, como es el caso de los feriantes, así como para la empleada en relación de dependencia que registra un potencial innovador en la necesidad de productos gourmet para un hotel alta gama de la ciudad de Mar del Plata. El estudio de los agroecológicos permitió ubicar sus explotaciones en sus puntos georreferenciales como se muestra en el mapa.



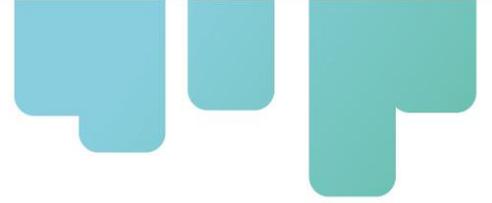
Mapa 1. Ubicación de los productores agroecológicos en ciudad de Mar del Plata.



Fuente: Elaboración propia en base a sistema GIS de georreferenciación (2019)

Las huertas o plantaciones se encuentran tanto dentro del ejido urbano como en el área periurbana. La cercanía a la ciudad permite contar con afluencia de público para ofrecer productos en sus propios establecimientos, brindar charlas sobre alimentación saludable en sus predios, organizar almuerzos y cenas saludables, visitas guiadas con degustación de algunos de los productos que crecen en la huerta (Viteri et al., 2019).

Los comienzos de los diferentes emprendimientos ponen en evidencia diferentes perfiles. Algunos productores y productoras con mayor compromiso e identificación con el paradigma



agroecológico en su complejidad, y otros que se identifican parcialmente con algunas de sus prácticas. Los más comprometidos afirman que la producción agroecológica es un elemento clave de cambio hacia otro modelo de desarrollo del sistema agroalimentario local:

“(...) la agroecología es superior en cuanto a rentabilidad al otro sistema de producción. Lo que pasa es que estamos en pañales (...) Hay que formar gente. Hay que cambiar un montón de cosas, pero la agroecología es súper conveniente a nivel económico. De hecho, la agroecología se basa en las reglas de la naturaleza, y no hay nada más eficiente que la naturaleza, es enferma de la eficiencia. Busca la eficiencia a cualquier costo y cuando vos lo entendés y lo ves si lo empezás a aplicar entonces te das cuenta que también podés ser eficiente, pero, es todo un camino.” (Entrevista P15_ 2019)

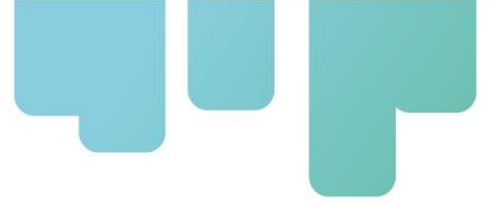
“Nosotros fuimos muy prudentes en llamarnos agroecológicos de entrada. Yo estaba convencido. Después, me enteré, que era hasta ilegal llamarse orgánico y hoy estamos a punto de enviar los trámites para certificación orgánica. Pero, ni siquiera estoy seguro si vamos a hacer un cambio en el nombre, porque vamos a seguir trabajando en agroecología, aunque tengamos un sello orgánico. Y después vamos a seguir en misión de certificado orgánico con aquellos productos que realmente lo necesite un determinado cliente. Los que nos piden a domicilio no necesita que le vaya la fruta con un sello de orgánico certificado.” (Entrevista P22_2019)

“Es parte de nuestro objetivo difundir (la agroecología) y que cada vez se conozca más, contagiar a otros productores... capaz no crecemos tanto económicamente, pero hemos logrado que muchas personas se interesen por nuestros productos. Nos gustaría que hubiera muchos más como nosotros por todos lados, digamos” (Entrevista P33_ 2019)

Tanto los productores con una formación académica, como los que comienzan con la agroecología por “casualidad”, se consideran autodidactas, ellos dicen que aprenden mirando lo que pasa en sus huertas, leyendo sobre formas de producir bajo el calendario lunar, etc.:

“En agroecología se usan métodos de arar la tierra. El calendario bio-dinámico está bueno y también la luna. Por ejemplo, arar la tierra o dejarla descansar, dejar que crezcan los yuyos...” (Entrevista P28_ 2019)

“Para mí la agroecología es un proyecto a largo plazo para todos... ¿no? Lo que nosotros [productores] hacemos, es para sentar precedentes y algunas bases para demostrar que se puede cultivar de otra manera, que podemos tener otro modelo productivo. Eso es el “para qué lo hacemos”. Además de que no quiero vivir en un lugar contaminado. La agroecología para mí es respeto mayor por los ciclos



naturales,... me gustaría que todo esto alrededor...todo esto fuera una reserva de agroecología...así como hay reservas forestales...que haya una zona que esté preservada para la agroecología. Esa zona tendría que estar organizada desde Pro Huerta o INTA o algo así porque para ver quien siembra que cosa..." (Entrevista P25_2019)

"Bueno, para mí, agroecología es empezar a cultivar alimentos sanos, sin todo esto de comercialización que para que de tanta cantidad le echan tantos fertilizantes químicos, mata bichos. Algo ecológico, se me ocurre, debe ser eso...y apuntar de vuelta a las raíces de tener tu propia huerta en casa" (Entrevista P24_2019)

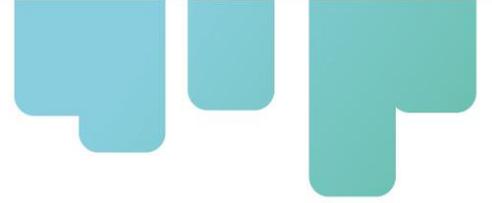
"Siempre hacíamos todo agroecológico, vengo de Bolivia, no son quintas grandes lo que uno siembra es para uno y si se podía vender algo, bienvenido sea. Yo pienso muy bien por las enfermedades que hay, me gusta, lo siento y lo veo bien, pero sé que no tiene mucha salida, no tiene mucha salida... si fuera mi campo, lo haría todo sin químicos, pero no puedo mantener el campo con el bolsón, si o si tenemos que hacer lo otro también, vos vendes y lo cobras." (Entrevista P29_2019)

"Yo hoy...hasta me llamaría orgánico, porque las prácticas que hago de abono hoy son con materia orgánica que son de ganado, o sea lo tradicional, casi lo ancestral." (Entrevista P20_2019)

"La agroecología empezó para mi hace muy poco, cuando empecé a meterme en las tiendas saludables y todo eso, ferias, etc....escuchar la palabra agroecológico,...me pasó que me volvieron loco por las redes porque, claro, le puse de nombre Brotes Orgánicos: te llamaba toda la gente, es decir, el particular y querían los productos, pero es imposible llegar a todos. Yo vendo en restaurantes, colegios de cocina." (Entrevista P21_2019)

Esta serie de testimonios sobre la representación de lo agroecológico para cada uno de las y los productores entrevistados, muestra la diversidad de posiciones acerca de qué es ser "agroecológico". Para algunos, significa volver a lo ancestral, liberar las malezas, que crezca todo. Otras consideran que lo orgánico es superior a lo agroecológico, y para otros es todo lo contrario. Muchas de las y los horticultores reconocen que el nivel de demanda en términos de cantidad de consumidores sensibilizados y comprometidos con la elección de alimentos provenientes de otro tipo de agricultura, supera a los volúmenes de producción agroecológica actuales. Asimismo, algunas manifiestan que el mercado agroecológico aun es incipiente, ya que parte de su producción se vende por el canal convencional, sin diferenciación y a precios bajos.

Las experiencias comerciales analizadas muestran una alta creatividad por parte de los actores sociales que encuentran en la agroecología un estilo de vida, un nicho de mercado y una manera



de insertarse en nuevas redes sociales y de conocimiento. Algunos reconocen que la intervención en el espacio urbano y periurbano de los técnicos del Estado los ha ayudado a conocer sobre la agroecología. En cambio, otros ni conocen la existencia de otras explotaciones agroecológicas.

La feria verde es una oportunidad de venta para productoras que pasaron de lo convencional a lo agroecológico a partir del programa impulsado por la Universidad Nacional de Mar del Plata y el INTA en 2001. En los últimos años se suman otras ferias agroecológicas, como las de la CTEP. Muchos han recibido apoyo técnico desde INTA y la SAF. Otros se han asociado y elaborado proyectos para la adquisición de infraestructura, semillas, etc. con el Pro Huerta. Esta interacción posibilita ampliar el abanico agroecológico más allá de las nuevas generaciones de agrónomos o profesionales gourmet con redes sociales de venta más consolidadas. Para la comercialización utilizan tecnologías de información y comunicación (TIC) y así promocionan sus ofertas de productos (Viteri et al., 2019)

Las ferias o las propias huertas, donde se encuentran cara a cara productores y consumidores, son espacios urbanos y periurbanos transformados. No sólo embellecen las plazas con el colorido de las frutas y verduras, sino que crean intercambios más justos en cuanto a la calidad y los precios. Los mismos feriantes y sus clientes registran a las ferias y quintas como lugares con precios más accesibles que en los comercios minoristas especializados. Además de las ferias y las huertas, esta incipiente red agroecológica marplatense incorpora y/o combina con otros canales de venta (hoteles, bolsones, intermediarios minoristas y mayoristas), revelando un alto dinamismo.

Se considera que algunos desafíos que debe enfrentar esta red agroecológica se vinculan con la ampliación del espacio y el protagonismo de las mujeres, que sólo están empoderadas cuando la explotación está a su cargo. Cuando se trata de asociaciones entre parejas, los hombres toman la “palabra” en las entrevistas y en las “decisiones” del emprendimiento. Otro es el limitado acceso a tierras, que además deriva en las escasas posibilidades de ser agentes de crédito para innovar y crecer en la modalidad productiva y comercial agroecológica. Asimismo, tanto los productores con una superficie productiva de menos de una hectárea como los grandes (más de 4 ha) cuentan con un limitado acceso al asesoramiento técnico. Las excepciones son, uno de los emprendimientos que forma parte de un grupo de Cambio Rural Agroecológico (INTA), y otra productora que está asociada con técnicas de la ex Secretaría de la Agricultura Familiar (SAF). Ninguno de los productores analizados vende a los supermercados, sólo dos ofrecen productos a operadores mayoristas locales y extra locales. Si bien se registra cierto conocimiento de la existencia de uno y otro de los productores analizados, no todos se vinculan de una manera horizontal entre ellos, compitiendo por un mercado de consumidores “conscientes” poco consolidado en la ciudad de Mar del Plata (Viteri et al., 2019).

3. Innovaciones Técnico Sociales y Gobernanzas

En este informe se interpreta a la gobernanza como la capacidad de un grupo humano para controlar a otros (Foucault, 1991). Esto permite superar las nociones que sólo focalizan en la capacidad o eficiencia del estado-nación ejecutor para dominar la escena o geografía del desarrollo urbano rural, en este caso del Partido de General Pueyrredon. Como todo espacio social, las interacciones de todos y todas las horticultoras y el entramado comercial muestra ciertas resistencias, tensiones, enfrentamientos y conflictos tanto en la esfera municipal, como en los mercados y en cada uno de los actores analizados. Teniendo en cuenta el contexto conflictivo que se impone frente a una normativa de control, se intenta explicar las innovaciones comerciales que se gestan en el territorio, en el marco de marchas y contra marchas en la gobernanza territorial en pos de sostener un desarrollo acorde a las necesidades de los actores sociales y el cuidado del medio ambiente.

En este apartado se describe brevemente el contexto normativo y la gobernanza a nivel municipal, para luego, detallar los espacios organizacionales de los productores convencionales, en transición y agroecológicos.

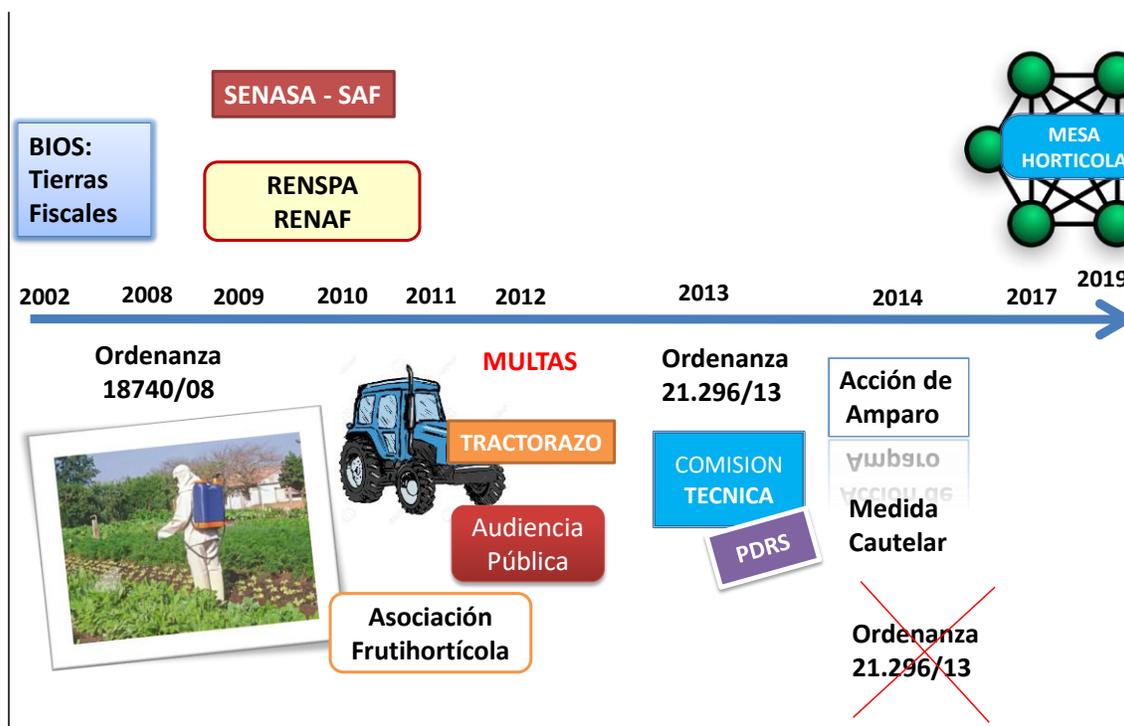
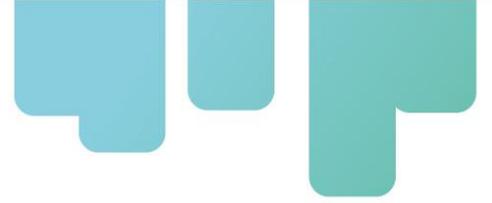


Figura 2. Línea del tiempo a partir del Ordenamiento de Uso y Aplicación de Agroquímicos en Partido General Pueyrredon (2002-2019).
Fuente: Elaboración propia en base a Aranguren *et al.* (2017)



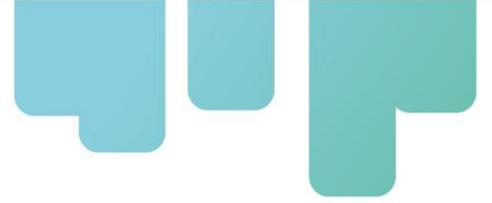
Los primeros antecedentes en torno a la regulación del uso de agroquímicos en la producción frutihortícola del Partido de General Pueyrredon se remontan al año 2002, cuando la organización socio-ambiental BIOS solicita al Concejo Deliberante del Municipio tierras fiscales para trabajar bajo un modelo productivo agroecológico. Se unen al pedido la organización Paren de Fumigarnos. Esto propicia la sanción de la Ordenanza Municipal N° 18.740 (2008) que prohíbe, dentro de un radio de mil metros en torno a todo núcleo poblacional, la utilización de cualquier producto químico y/o biológico de uso agropecuario y/o forestal, en particular plaguicidas y/o fertilizantes.

En este contexto se fortalecen los sistemas de fiscalización, capacitación y extensión de organismos públicos como el Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (SENASA) y la Secretaría de Agricultura Familiar (SAF). SENASA –a través de la Resolución 637/2011-, situación que reclama a las autoridades sanitarias municipales reforzar los controles y muestreos de residuos de contaminantes químicos y biológicos en productos frutihortícolas en venta en las explotaciones hortícolas, mercados mayoristas de la ciudad, centros de distribución, supermercados, ferias, fruterías y verdulerías del Partido de General Pueyrredon (Decreto N° 2257/2012).

En 2011 se implementa la ordenanza y tras las primeras multas, las diferentes asociaciones de productores reclaman ante el municipio buscando una conciliación entre la prohibición y la necesidad de vender sus productos. Esto llevó al Municipio a conformar espacios inter-institucionales para la construcción de consensos en relación a la temática, y en 2013 se crea el Programa de Desarrollo Rural Sustentable (PDRS) tras la sanción de la ordenanza municipal N° 21.296. Dicho Programa propone como principal objetivo acompañar el proceso de transición hacia la producción agroecológica, el manejo integrado de plagas, las buenas prácticas agrícolas, apelando a sistemas autosuficientes, resilientes, con mayor autonomía respecto de los insumos externos, con disponibilidad de tecnología apropiada para cada sector.

Durante la primera etapa de implementación del PDRS, un grupo de vecinos y organizaciones socio-ambientales presentaron una demanda en la Suprema Corte de la Provincia de Buenos Aires aduciendo la inconstitucionalidad de los artículos 19, 23, 27, 28 y 35 de la ordenanza 21.296 por su carácter regresivo. El Tribunal decretó, a través de una medida cautelar, en septiembre de 2014, “la suspensión, hasta tanto se dicte sentencia definitiva en autos, de los artículos 19, 23, 27 y 28 de la ordenanza 21.296/2013”. Se plantea en definitiva la prohibición total de aplicación en los mil metros que rodean a los núcleos poblacionales, de cualquier producto agroquímico y producto biológico no compatible con la producción orgánica. Se podría afirmar que en el contexto de gobernanza municipal los actores actúan en función de sus intereses ante ausencia de control respecto del cumplimiento de las ordenanzas municipales.

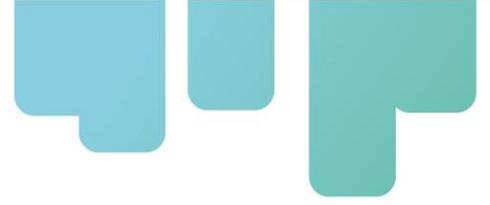
En esta investigación entendemos como gobernanza la capacidad de generar espacios para la construcción de consenso entre los actores involucrados a fin de promover un desarrollo



sostenible del Partido de General Pueyrredon de forma integrada y continúa en el tiempo. En este contexto y con las normas vigentes, aun cuando no se hayan establecido instancias para el monitoreo de su aplicación, resulta complejo establecer una sola visión acerca de la sustentabilidad hortícola. La aplicación de las normas y la interacción de los funcionarios del Estado con las organizaciones ambientalistas y de los productores, evidencian que el Estado no es el único actor que provee y gestiona los bienes y servicios requeridos por la sociedad. Los administradores públicos están a merced de las presiones y lobbies de actores con intereses contradictorios. En el caso del Municipio de General Pueyrredon, los funcionarios deben trabajar en el marco de las controversias y conflictos generados por el enfrentamiento de actores que demandan alimentos sanos sin agroquímicos y sectores de productores que exigen continuar con las formas convencionales de producción.

En el período 2016-2019, en líneas generales, el Estado limitó su capacidad de intervención y regulación en lo relativo a la producción agrícola familiar, la distribución y abastecimiento alimentario. Esto generó diversas iniciativas privadas, una de ellas es el caso de Che Verde un emprendimiento de intermediación comercial que tuvo origen tras el despido de ocho trabajadoras de la Secretaría de Agricultura Familiar (SAF) en el 2018. Cuatro de las técnicas que trabajaban con agricultores familiares del cordón marplatense convocaron a productores frutihortícolas en transición agroecológica a iniciar un espacio de comercialización que ellas mismas gestionarían con un enfoque influido por la economía social y solidaria. Buena parte de los productores que se suman a la experiencia, no eran completamente agroecológicos al inicio del emprendimiento. Así nace Che Verde, que evoluciona notablemente a partir de la demanda de los consumidores y la conformación de nodos de venta de productos agroecológicos en la ciudad. En la actualidad Che Verde es un servicio que provee verduras y hortalizas agroecológicas y, eventualmente, frutas agroecológicas, cuando los agricultores locales disponen de estos productos. En la actualidad son tres técnicas quienes gestionan la asesoría técnica en agroecología, acompañan a los productores en terreno, diseñan la organización del bolsón agroecológico estacional y realizan el transporte desde el campo a la ciudad, así como la distribución a nodos de venta distribuidos por toda Mar del Plata.

En el caso estudiado se observa una brecha importante entre el “deber ser” que atraviesa a los abordajes más normativos de la gobernanza y los hechos o prácticas diarias observadas, donde se despliegan lobbies, presiones e imposiciones sobre los funcionarios y demás actores sociales. El “deber ser” de la gobernanza implicaría llevar a cabo interacciones de tipo cooperativas, donde una pluralidad de actores con diferentes intereses pueda dialogar de manera horizontal. Se asume como valor el establecer un equilibrio entre poder público y sociedad civil, generando espacios para la participación en el gobierno de la sociedad de todas las instituciones y organizaciones sociales (Cerrillo I Martínez, 2005). Sin embargo, se observa, por un lado, el inicio del proceso orientado por organizaciones socio-ambientales como Paren de Fumigarnos y BIOS, y por otro, la continuidad de las prácticas convenciones de producción hortícola. En este marco, las organizaciones socio-ambientales lograron instalar en la agenda política una problemática



socio-ambiental de gran relevancia para el territorio, la elaboración de una ordenanza municipal y su aprobación en forma unánime en el año 2008 (Aranguren, 2017).

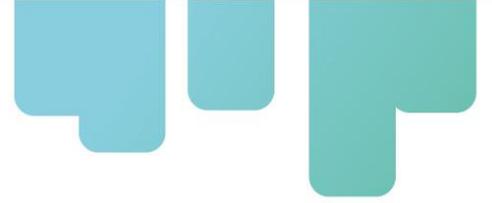
Éste proceso lo describe una de sus impulsoras, periodista y principal dirigente de BIOS en la Jornada de Debate pública realizada en el Honorable Concejo Deliberante del Partido de General Pueyrredon en 2012:

“En las últimas décadas, las organizaciones no gubernamentales fuimos la voz del canario de la mina, la industria echaba al mundo sustancias supuestamente benéficas y años después, enfermos después, muertos después, la alarma levantada por las organizaciones civiles, hacía que la industria y los gobiernos que daban los permisos, hiciesen un mea culpa y quitasen del mercado, a través de acuerdos internacionales como el de Estocolmo o el de Montreal, aquello que cuando fue inventado, fue aplaudido. En este caso, desde BIOS, hallamos situaciones insostenibles, que de hecho están ocurriendo en otros sitios, encontramos residuos de plaguicidas en verduras y tuvimos que dar un sacudón cívico al tema para que empiecen a gestarse algunos cambios como el que hoy fue anunciado. Pero fíjense todo lo que arrastró con el mantel, aquella primera acción de la mano de la justicia, una mayor atención en el colegio de ingenieros, sobre sus agrónomos que no hacían las recetas agronómicas, un sacudón al Ministerio que se desayunaba con que los trabajadores rurales no cuidaban su salud al manipular sustancias por ignorancia, y salieron a capacitar, y el descubrir, esto es lo que celebramos, que hay vida más allá de los agrotóxicos, y esto es absolutamente literal.” (Palabras de la Lic. Silvana Buján, Presidente de la ONG BIOS, Fuente: Jornada de Debate Público Uso de Agroquímicos 24-10-12_ Documento oficial MGP).

Así como las ONG tuvieron poder de lobby para la aprobación de la ordenanza, los productores tomaron las calles para defender sus intereses. Estas divergencias y disputas en cuanto a la configuración del escenario productivo comercial del sector frutihortícola marplatense, se pusieron de manifiesto con el accionar de los productores durante el “tractorazo”, como explica un referente de una Cooperativa de Horticultores iniciada en 1953:

“El tractorazo lo armamos nosotros [asociados a la Cooperativa]. Ante esta situación [primeras multas, 2012], se empieza a trabajar entre todos ¿sí? Cada uno desde su lugar, la Asociación por su lado [AFHOPyA], y nosotros, por el otro. Nosotros fuimos con gente de acá y ellos con gente de allá, que es la misma gente. Pero fue más la Cooperativa que la Asociación. Aparte ¿qué es la Asociación?, ¿dónde está?, ¿quiénes son?, ¿dónde están? (...). Si vos te fijás en las fotos del Tractorazo, ves que están las pancartas de la Cooperativa. Y está también la Asociación. Nos sumamos por una causa común.” (2019_Entrevista 9_ Informante Calificado)

Este testimonio acerca de la protesta describe la alianza de los distintos actores alcanzados por la Ordenanza, los intereses comunes que resultaron afectados y la capacidad de reclamo ante el



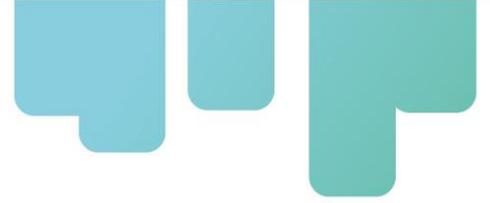
estado municipal. Los mismos productores que pueden pertenecer tanto a la Cooperativa de Horticultores como a AFHOPyA toman partido en defensa de la continuidad del proceso productivo en su forma habitual evitando la prohibición de agroquímicos en su quehacer cotidiano. La prioridad para estos productores es continuar produciendo bajo las normas del modelo hegemónico. Sin embargo, dentro de este grupo se observan productores que han iniciado un proceso de transición hacia la agroecología movilizados centralmente por motivos económicos como el alto valor de los insumos. Sin embargo, los mismos productores argumentan la necesaria utilización de insumos ante la valorización por parte de los consumidores de la imagen por sobre el sabor de las hortalizas. Además de las presiones del mercado respecto a la calidad visual de los productos, se observan asimismo diferentes perspectivas dentro del campo productivo convencional. Los referentes de la Cooperativa, con más de 60 años de existencia, rivalizan con la AFHOPyA que nace a la luz de los conflictos con las ONG y las normas de prohibición. Esta rivalidad se manifiesta sobre todo entre los dirigentes, en cambio, en el terreno de lo cotidiano, los productores interactúan con AFHOPyA, técnicos de las instituciones públicas y/o participan en los movimientos sociales (UTT, MTE).

En la realización del trabajo de campo, dialogamos con una productora agroecológica que provee hortalizas a un emprendimiento local, es integrante de la UTT, y es parte de la AFHOPyA. Esta multiplicidad de adscripciones muestra cómo los responsables de las explotaciones hortícolas, movilizan y ponen en juego en su agencia diaria una diversidad de alianzas con el objetivo de asegurar la sostenibilidad de sus unidades productivas en contextos adversos. Esta productora divide sus dos hectáreas alquiladas en invernáculos agroecológicos y convencionales. Cuando se le pregunta por sus afiliaciones, comenta:

“[¿Estás en la Asociación de Productores?] ... ¿De Mónica? ¡Ah! Sí, sigo con ellos. Mi marido es el que está con el convencional que es socio. Estar en la asociación a mí me sirve y no me sirve. Me sirve que este mi marido ahí, pero yo le había dicho de la asociación de la UTT...yo soy de hablar mucho...le digo a la Mónica...yo fui, a mí me gusta porque están reclamando algo justo.” (Entrevista P9_2019 Carmen Gómez_ AGROECO)

Los productores expresan a los referentes de cada agrupación su interés de participar por diversos motivos. En este caso, el esposo (responsable de la producción convencional) debe seguir en la Asociación. Ella misma, cuando tuvo un problema con una contratación informal de mano de obra, pidió ayuda a la referente de la AFHOPyA. En cambio, su participación en la UTT es para acceder a un plan o una tarjeta social. Su interés por lo agroecológico surge a partir de una vecina que vende en la feria verde y ella vende bolsones a través de las técnicas que la acompañaron hacia la implementación de prácticas agroecológicas.

Los actores en el territorio muestran una gran flexibilidad y creatividad en cuanto a las acciones y estrategias articuladas en relación a sus intereses. Así como la Cooperativa de Horticultores, y



la AFHOPyA, tomaron las calles para protestar por la ordenanza que prohibía el uso de agroquímicos, pidiendo al Municipio la integración de una mesa de negociación, las ONG ambientalistas (BIOS, Paren de Fumigarnos) deciden no ser parte de esa mesa, perdiendo así el municipio la posibilidad de generar consenso. En otras palabras, aún persisten visiones y prácticas divergentes, así como reglas y leyes de distintos ámbitos de gobierno estrechamente vinculadas con la territorialidad y la regulación de los espacios rurales y urbanos que cada actor moviliza desde sus respectivas posiciones sociales. En este contexto, los actores distan de haber alcanzado un consenso en cuanto al modelo de desarrollo sustentable para el municipio. (Cf. Torre y Traversac, 2011).

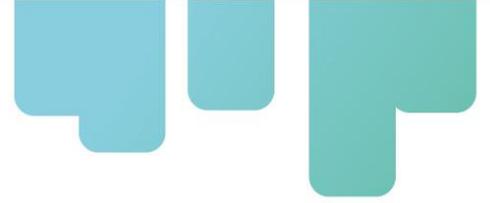
3.1 Productores Convencionales y su contexto de Gobernanza en el “Sello de Calidad”

El sello de calidad es el resultado de un proceso de gestión de la innovación que inició un grupo de productores convencionales desde un contexto de gobernanza complejo, con ordenanzas restrictivas en el uso de agroquímicos para la producción hortícola del territorio. La propuesta del sello es registrar o trazar el origen de un alimento hortícola producido bajo las normas de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y mostrar dicho sello al consumidor final bajo la herramienta de código de barras. Además de certificar el proceso de producción, intenta promover el consumo de alimentos producidos en el Cinturón Hortícola Marplatense.

La principal promotora del sello es la AFHOPyA, que articula con un laboratorio local privado y reconocido en la ciudad (FaresTaie). La idea del sello surge a partir de las mesas municipales convocadas por el Programa de Desarrollo Sustentable del Partido de General Pueyrredon. Un miembro del laboratorio de análisis de alimentos, explica cómo surgió la idea del sello de calidad y la articulación entre diferentes miembros:

“En la mesa de gestión [en relación a la mesa para modificar Ordenanza] nos juntamos también por el sello de calidad...el subsecretario de producción quiere ver como se avanza con el sello agroecológico. Se mutó el origen que era el control de agroquímicos, porque eso ya está funcionando. Ahora se formó la mesa hortícola. Están atendiendo todas las necesidades del sector.” (Entrevista 5_2017)

Los propietarios del laboratorio saben que se necesitaría controlar más los residuos de agroquímicos presentes en las hortalizas, por eso, resaltan la posibilidad de avanzar con un sello que confirme el uso adecuado de agroquímicos, así como avanzar a procesos productivos más sustentables con el medio ambiente. El sello es visto como una herramienta de trazabilidad para los productores convencionales que usan canales comerciales con muchos intermediarios, donde se pierde el conocimiento sobre el origen del producto que se adquiere. En relación al origen y

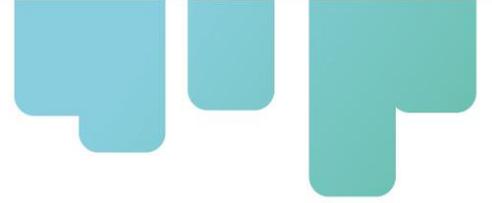


objetivos de la promoción del sello, se encuentran interesados los ingenieros agrónomos y sus entidades gremiales. El Colegio de Agrónomos de la provincia de Buenos Aires comparte el esfuerzo por impulsar la gestión de las BPA. Uno de ellos explica por qué es importante certificar el uso de BPA:

“Primero, el sello de calidad surge para diferenciar la producción. El sello busca entrar a un mercado específico. Te encontrás con gente que está implementando y certificando Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). La esencia del sello es tener todo un protocolo armado, con registros y seguimiento de análisis de riesgos de todo lo que implica la producción agropecuaria específica de esa empresa y demostrar que eso que produce es inocuo para la gente y para los trabajadores.”

“Si el operario se durmió, o el fumigador levantó el ala, y alguien sale contaminado...el protocolo minimiza al extremo los riesgos. Ahora, eso no certifica que el producto es inocuo. Allí surge el sello de calidad que certifica la inocuidad. No es sólo un sello que certifica que esa hortaliza se produce en Mar del Plata, sino un sello que garantice inocuidad. ¿Cómo? A través de un análisis químico y bacteriológico, pero queda limitado a un lote particular en un momento determinado. Ese sello tiene la vigencia de la duración de un artículo xx en ese lote. El sello no es para el productor, sino para el artículo de ese productor.”

“Otra cosa importante es que el mismo productor no puede sacar el sello porque sí, se tiene que profesionalizar. Y es ahí donde actúan los ingenieros agrónomos, respondiendo con su matrícula. El agrónomo tiene que responder a las fechas de inicio y final de corte si se tratase, por ejemplo, de una hortaliza de hoja, identificando el lote (GIS) y el RENSPA [Registro Nacional Social de Productor Agropecuario] del productor. Si el productor no siguiese las BPA, seguramente los resultados salen mal. Si utilizaste mal los agroquímicos, o tomaste mala dirección en el manejo del cultivo, todo te aparece en el resultado. Si bien el sello no reemplaza toda la gestión de BPA, te respalda en tu actividad a un costo, a un costo del análisis químico, y a los honorarios del ingeniero agrónomo. Acá es donde viene la contra partida. Si la muestra del producto final en el laboratorio privado da mal, se informa a SENASA. SENASA tiene poder de policía, te clava 600.00 pesos de multa y te destruye el lote. Entonces obligatoriamente tu gestión de calidad tiene que ser buena. Ese es el costo implícito de esto. La idea surge para diferenciar los productos de Mar del Plata y así obtener precios más competitivos. Tratar de buscar mercados que pidan el sello, y que el sello sea una exigencia de los consumidores. El RENSPA debería ser una exigencia de los consumidores. Pero eso no existe. Ningún consumidor pregunta quién produce esa hortaliza que se está vendiendo en la verdulería. Con el sello se certificaría la calidad de ese cajón.” (Entrevista 2_2017)



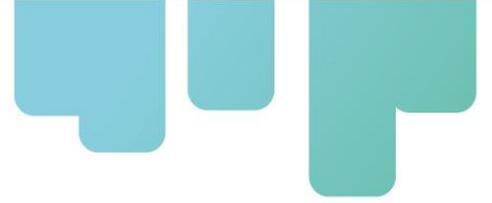
La explicación sobre la idea de promocionar el sello por parte de los agrónomos muestra claramente los conflictos de intereses que rondan alrededor de esta innovación. Aparentemente producir bajo las normas de BPA sería obligatorio para cualquier productor en un sistema alimentario que busque garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos para su población. Sin embargo, desde la mirada de este agrónomo colegiado, se podría dudar sobre las normas vigentes en el modelo productivo de hortalizas en la región en estudio: ¿Cuán innovador sería un sello que garantice lo que debería ser una norma a cumplir en lo cotidiano?

La propuesta parece alentadora para el Colegio de Agrónomos, donde estos profesionales deberían ser parte importante del control o del asesoramiento a los productores para implementar BPA en sus explotaciones hortícolas, además de comprar los productos agroquímicos acordes a las normas, respetando el período de caducidad. La implementación del sello es también reconocida como muy valiosa por algunos técnicos de instituciones como INTA: “Lo del sello me parece muy buena idea, pero es una idea del grupo [AFHOPyA]. El INTA no interviene. El sello indica trazabilidad, historial del productor y de todas las muestras que el productor mandó a analizar.” (Entrevista 3_2017)

Si bien, este técnico valora la iniciativa, remarca que es una propuesta de un grupo de actores privados y que no cuentan con un aval formal ni del INTA, ni de SENASA. Esta iniciativa privada, ¿estaría debilitando el rol de entes estatales por las fallas que podría tener la trazabilidad monitoreada por iniciativas privadas? Un técnico de la actividad privada explica los riesgos de poner en práctica esta innovación:

“¿Está el sello funcionando?, ¿Por qué? Hubo una reunión en SENASA Puerto, ¿qué tiene el sello? El productor, el laboratorio -por supuesto privado- Fares Taie. Los de AFHOPyA invitaban al sello al SENASA y al Ministerio de Agroindustria. Entonces, si compro una verdura que tiene sello, y me enveneno, ¿contra quién voy? contra SENASA que es el que controla. Entonces, en esa reunión el de SENASA dijo: "Muchachos, ustedes no pueden usar un ente público para que respalde algo que es privado." Es muy fácil, va el ingeniero contratado, saca una muestra de perejil de un lote, y luego, el productor saca perejil de otro lote que no se hizo control. ¿Cómo te das cuenta? Y salta SENASA, porque Fares Taie te dice que hizo análisis de lo que le traen. Es muy ingenua. No estoy en contra de un sello de calidad, pero lo tenés que hacer con mecanismos de control sencillo. El sello de la Asociación es PODER (...) Gana plata la parte privada, y ponemos al SENASA a que respalde. En el mundo no existen ese tipo de sellos.” (2019_Entrevista 3)

Este testimonio describe parte del proceso inacabado de la propuesta del sello que tuvo mucha prensa en los primeros años de este proceso. La AFHOPyA cuenta con una fuerte incidencia en los medios de comunicación locales influyendo fuertemente en la opinión pública local especialmente entre los productores del sector. El Estado, como ente contralor, no puede ser



parte de una iniciativa privada. En esas primeras reuniones quedó claro que el sello debía ser una iniciativa con exclusiva responsabilidad privada. La AFHOPyA encontró poco probable desarrollar canales específicos para la trazabilidad de los productos y no se llevó a cabo la propuesta.

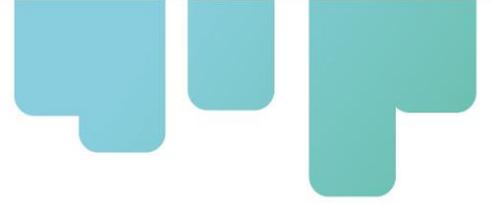
Analizando la experiencia del sello desde lo organizativo, se podría confirmar que es una innovación asociada a una visión convencional de la producción frutihortícola, donde actores como el Colegio de Ingenieros Agrónomos, laboratorio privado son los que la promocionan. La falta de políticas públicas activas en relación al control de los residuos de agroquímicos en las hortalizas en todo el país hace de esta experiencia una buena iniciativa desde el sector privado. Sin embargo, la falta de infraestructura y acompañamiento por parte de los productores, intermediarios mayoristas y minoristas, dejó la experiencia del sello como una incipiente idea de innovación que no alcanzó a plasmarse.

3.2. Movimientos Sociales, Transición Agroecológica y Espacios de Gobernanza

Como en la AFHOPyA, los movimientos sociales del campo (UTT, MTE rural) cuentan como integrantes a los productores de la Agricultura Familiar (AF). El término AF fue objeto de reivindicación en el plano discursivo nacional entre 2008-2015, y en la práctica, se crearon la Secretaría de la Agricultura Familiar, así como instituciones de investigación y desarrollo de tecnologías adecuadas para el sector, tales como los Institutos de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Agricultura (IPAF). Según FAO (2012), la AF es responsable del 70% de los alimentos frescos que consumen las principales ciudades. Y es necesario recordar que la AF se destaca por su autonomía en la estructuración del proceso de trabajo agrícola, tanto en términos económicos (organización productiva) como sociales (organización familiar y establecimiento de vínculos con las instituciones locales).

La producción familiar en el marco de estas organizaciones, se caracteriza por combinar el trabajo familiar sobre la tierra que poseen o arriendan, estar estrechamente vinculada a distintos mercados y organizar la producción para la venta en función de obtener ingresos que le permitan atender a las necesidades reproductivas del grupo familiar (Piñeiro, 2003). Este tipo de productores fueron los destinatarios de la propuesta de los Grupos de Abastecimiento Local (GAL), conformados por agricultores hortícolas familiares organizados en el MTE rural en Mar del Plata (2017). El Estado, a través de Pro Huerta y el Ministerio de Desarrollo Social, financió a los GAL para mitigar los impactos en la agricultura familiar de períodos de ajuste estructural y fuerte endeudamiento externo.

Como se mencionó en el Informe de Avance, los GAL son una herramienta estatal creada para potenciar las capacidades de trabajo de los sectores populares en la economía social. En Mar del



Plata, desde 2017, se trabaja con un grupo de productoras y productores del MTE rama rural del partido de Gral. Pueyrredon, integrado principalmente por mujeres de los espacios de la economía social y popular, que gestionaron espacios comerciales en pleno centro con el apoyo del Municipio. Estas experiencias organizativas y comerciales son percibidas como una conquista por parte de los movimientos sociales (MTE, CTEP, Movimiento Evita, etc.). Es así que surge la innovación de venta por canal directo (ferias de la CTEP) que ha ido incorporando nuevos actores debido a que la organización (MTE) es relativamente reciente en el Cinturón Hortícola marplatense.

Los jóvenes urbanos que hacen parte del MTE son los que comienzan a trabajar en zonas rurales, buscando resolver de manera horizontal las problemáticas que enfrentan los productores de hortalizas en Mar del Plata. Así surgen las ferias semanales de la CTEP en el centro de la ciudad en las que participan las productoras del MTE con las cuales se llevó adelante la presente investigación.

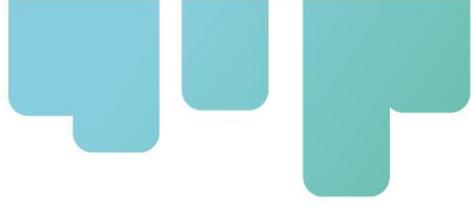
La Feria de la Plaza San Martín de la CTEP funciona lunes, miércoles y viernes frente al palacio municipal. Se observó claramente el alto grado de identificación que las productoras construyeron con la experiencia de la venta directa, y la valorización y el reconocimiento que les otorga el hecho de ser ellas mismas, como productoras, quienes venden sus verduras y hortalizas y ser también quienes toman decisiones comerciales al respecto. Beatriz, junto a su hija Nadia, son productoras hortícolas y forman parte del MTE rural. Nadia, además, es delegada del MTE rural en la zona de Batan centro.

Relato de un día de Feria:

“Beatriz es productora hortícola y forma parte del MTE rural y su hija Nadia también es delegada del MTE rural en la zona de Batan centro. Cuenta que todo comienza el martes y el flete sale de su casa muy temprano. Salomé relata, mientras acondiciona el puesto o atiende algún cliente, como es la preparación para venir: el martes con su esposo cosechan y también acopian de otros productores que son parte de la organización y lo llevan a lo de Beatriz que es de donde sale el flete para abaratar costos ya que el lote de Beatriz está más cerca de la 88 sentido Mar del Plata. El fletero les cobra 1200\$ y las trae de mañana y las viene a buscar a las 14h., dejándolas nuevamente en el campo de Beatriz. Debido a la insistencia de algunos clientes y la falta de producción de ciertos cultivos entre los productores del MTE (papa, cebolla, zanahoria y limones), ellas realizan una parada técnica en el mercado abastecedor de la ruta 88 conocido como el “mercado de la 88” donde compran una bolsa de cada uno de esos cultivos mencionados” (2019OP_FERIA CTEP_MTE 16_1_2019).

En términos del acondicionamiento de la mercadería:

“El sentido estético está más integrado en el caso de Salomé que el de Beatriz, aunque Beatriz observa e imita ciertas formas de cómo presentar su verdura. Es característico



que, aunque se denota unión y confraternidad, cada productora mantiene la administración de su dinero en efectivo y en forma de caja individual. La ubicación del puesto es en dos, cada una presenta su verdura de una forma determinada, y cuando un cliente compra algo de la otra ajustan cuentas al momento y se intercambian. Beatriz posee un delantal rojo característico del MTE rural y con un pin en el pecho que dice CTEP y su nombre “Beatriz”. Salome expresa haberse olvidado el mismo.” (2019 OP_FERIA CTEP_MTE 16_1_2019).

Una de las productoras relata sus técnicas de venta en la instancia de la feria:

“...nos gusta traer todo fresco y presentar bonita la verdura. Para vender hay que tener paciencia con el cliente, muchas veces el cliente selecciona lo que quiere te deja cosas, pero uno con paciencia lo trata bien y se vende” (2019OP_FERIA CTEP_MTE 16_1_2019).

La lógica para definir los precios es la siguiente (en el relato se refiere a las cotizaciones de enero 2019):

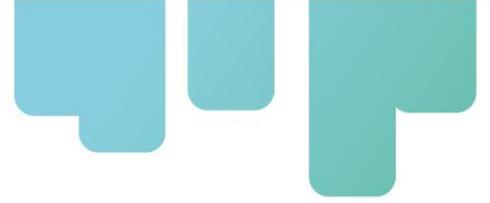
“Vendemos re barato, por ejemplo, una acelga \$15 [muestra lo linda y fresca que está su oferta] o dos por \$10, nosotros traemos de la quinta y esto, en las verdulerías está \$25 o más.” (OP_FERIA CTEP_MTE 16_1_2019)

“La acelga le vendo a 15 [oferta 2 x 25], lechuga 2 x 15 y las otras 10 cada una... porque son diferentes. Yo sé más o menos del mercado, no le pongo el menos del doble del mercado... o el doble...aunque yo vendo a precio de quinta. La verdulería está re carísima... Yo me debería ir a preguntar a una verdulería como están los precios. Pero tengo que estar en el puesto. A veces se vende todo, a veces se queda, después de las 12hs, se rebaja.” (OP_FERIA CTEP_MTE 2019_1_22)

El espacio de esta feria céntrica permite el acceso de mucha gente que transita por la zona en el momento en que se realiza la observación. La observación tiene lugar en verano, entonces a mucha gente que va o viene de la playa le llama la atención los puestos de verduras que sobresalen sobre los puestos de artesanos y emprendedores.

El puesto del MTE rural es el único dentro de la Feria de CTEP de la plaza San Martín, que provee alimentos frescos como son las verduras y hortalizas. Los consumidores en su mayoría perciben rápidamente que son productoras directas y demuestran paciencia frente a las demoras que pueden surgir en el proceso de venta. Algunas de las clientas son invitadas a conversar acerca del por qué se acercan al puesto:

Respuesta de porque compra en este espacio: “Sí, compro porque es producto de una quinta. Además, es fresco. Compro para ayudar a las chicas. Les compro a todas.” (2019 OP_FERIA CTEP_MTE 2019_1_22)



Respuesta otra consumidora ante la pregunta de ¿hace cuánto compra en este espacio?: “desde que está la feria que compro. Una verdura espectacular nada para decir. Y bueno yo trato de apoyarla a la gente que está con problemas de precios, no es fácil trabajar la tierra está todo muy caro, y bueno nada...Ante la pregunta si las conoce a ellas: no, no. Yo vengo a trabajar acá y los días que están pasando, te pueden decir ellas. Ante la pregunta de cuál es su preferencia de consumo ella responde: mayormente consumimos chaucha, zapallitos, cebolla, morrón, zanahoria, zapallo común, lechuga es lo que se consume en mi casa mayormente. Y la calidad de la verdura de aquí que te parece: Excelente. (Y sonríe) Le agradezco y se retira saludando amablemente pues ya había terminado de comprar” (2019 OP _FERIA CTE)

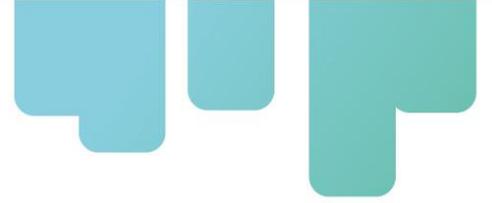
Es notable el trabajo organizativo y el compromiso de las integrantes del MTE rural con la feria de CTEP en términos de proveer verduras y sostener el puesto de ventas, a pesar de que la ganancia no sea significativa para cada una de ellas, y que a veces por falta de producción propia tengan que abastecerse de productores familiares cercanos. El compromiso con el espacio de feria permite sostener este canal independiente en tanto se obtenga un saldo favorable de ingresos al final del día.

“Me gustaría venir más, pero que el flete al ser tan caro me queda muy poquito [1500]...por esto no me está conviniendo venir...Tendría que producir más verdura, pero algunas cosas tengo que comprar siempre. A mi hermana le pago casi lo mismo, pero en otras cosas (cultivos como tomate) no me hace precio, porque tiene puesto en el mercado. Lo que produzco más es verdura de hoja, pero los clientes no sólo piden verduras de hojas. Por eso, preciso comprar más. Esta vez traje chauchas de mi quinta”. (Pastora en 29_OP _FERIA CTEP_MTE 2019_1_22)

En relación a los aspectos técnicos de la producción de las verduras y hortalizas que venden, no hacen referencia a que su producción sea en transición agroecológica, no obstante, cuando algunos clientes pasan y preguntan a las productoras, ellas se identifican con ese discurso y afirman que sus verduras son libres de agroquímicos, aunque no lo sean del todo.

Una debilidad de dicho espacio se relaciona con los términos de gestión del flete, ya que muchas veces recae todo el costo en un solo productor o productora. La gestión colectiva contribuiría a minimizar los costos fijos y permitiría que cada productor o productora obtuvieran mayor margen por el sostenimiento de este espacio comercial.

En cuanto a las fortalezas es altamente destacable el rol de las mujeres productoras, sobre todo en el momento de la comercialización directa, como tomadoras de decisiones comerciales donde se sienten fortalecidas y consiguen re significar su identidad como abastecedoras de alimentos frescos y de calidad a la ciudad.

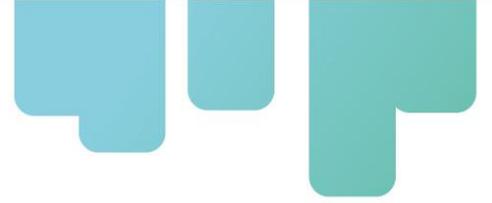


“Si me gusta, cuando no nos toca ya extrañamos para venir, cuando venimos aquí se despierta algo (...) (Beatriz hace una pausa silenciosa, y le repregunto ¿que se despierta? A lo que ella responde) ...y que viene el cliente charlamos, los clientes nos traen mates y facturas...en la quinta uno esta calladito y ahí haciendo y haciendo.” (Escuchando nuestra conversación interviene en la charla Estela la compañera a lado izquierdo del puesto y expresa espontáneamente...) “aquí ven la satisfacción de las mercaderías de ellas, vienen a buscarlas a ellas, muchos clientes (...) vienen por ellas...” (2019OP_FERIA CTEP_MTE 16_1_2019)

“Por ejemplo las compañeras mujeres este viernes vamos a hacer una asamblea con mujeres...porque ellas son las que impulsan todo...todo el trabajo de la casa, del campo (...). Nada en contra de los compañeros, pero el potencial que tenemos para mí son las compañeras.” (2019_ Entrevista 8).

El estudio destaca la importancia del rol de la mujer dentro de la agricultura familiar y su búsqueda por participar en la toma de decisiones, desarrollar la soberanía alimentaria, y una producción sustentable en los campos abarcando las dimensiones ecológica, social y económica. En relación a esto se observaron actividades de capacitación del MTE rural diseñadas en términos de equidad de género, innovación comercial, prácticas organizativas no verticalistas, que fortalecen los vínculos e interacciones a nivel organizacional. Estas instancias están destinadas especialmente a la formación de sus delegados y delegadas locales. En el caso de Gral. Pueyrredon, son 7 las delegaciones, siendo 6 mujeres y un solo delegado varón (Información relevada en el marco de la Asamblea Anual del MTE Rural en Sierras de los Padres _Sep2019).

Se constata un alto nivel de involucramiento de la mujer en las actividades productivas en el campo, la realización de tareas domésticas relacionadas a la preservación de la vida y el cuidado de sus familias, las actividades de comercialización, así como de gestión de la organización en términos de co-creación de espacios innovadores de comercialización como ferias, bolsones, preparación de dulces y conservas a fin de fortalecer cada delegación local y la atención de las necesidades de sus comunidades locales. Se observa claramente en las diferentes instancias de participación que las referentes femeninas ejercen un papel clave en la creación de vínculos y construcción de redes caracterizadas por la búsqueda de horizontalidad, solidaridad, reciprocidad y sororidad. Esto permite articular las diferencias existentes entre los integrantes de la organización superando potenciales tensiones y conflictos. Asimismo, la priorización del “cómo” se desarrollan los procesos, haciendo énfasis en las relaciones y los vínculos y no solo la concreción de resultados, permite trabajar en otras dimensiones de los procesos de producción y comercialización asociativa fortaleciendo las redes y tornándolas más sostenibles. A través de la comensalidad, ellas propician un espacio para compartir conocimientos, saberes, información, ideas innovadoras de forma espontánea e informal, pero no menos efectiva en términos de contribuir a la integración de diversidad de hombres, mujeres, jóvenes y niños en relación a los



objetivos y tareas organizativas y de acción como colectivo social.

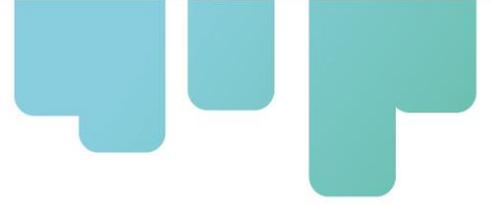
El MTE rama rural, como otras organizaciones campesinas, consideran necesario trabajar integradamente en la búsqueda de garantizar derechos como el acceso a la tierra, al agua y a los recursos naturales necesarios para el crecimiento, desarrollo y expansión de la agricultura familiar, privilegiando la diversificación productiva, a través de una profunda revisión de los programas agrarios. A diferencia de otras organizaciones sociales de base, se invierte tiempo en la auto-capacitación y el análisis de “cómo” se realiza el proceso de reivindicación de derechos universales y la búsqueda de la equidad en las relaciones de género, edad y clase. Observamos también una apuesta fuerte en la construcción de una identidad local articulada a la actividad y el territorio, dando lugar a estrategias identitarias dirigidas a la legitimación de sus prácticas e intereses

“(Las delegaciones locales)...Son 7 en total esta Colonia Barragán, Batán, Boquerón, Valle Hermoso, Sierras, y ahora tenemos dos nuevas que son ahí cerquita de... Sierra de los Padres... (...) San Carlos... (...) Santa Paula...” (2019_ Entrevista 8 MTE rural)

Como organización, ellos mismos reconocen que la mayoría de sus productores son convencionales en su forma de producción de verduras y hortalizas y que solo un 10% de los productores hortícolas vinculados con el MTE rural están en transición agroecológica o ya son productores agroecológicos. (Exposición_8 de nov 2019 MTE).

“La transición agroecológica lleva años y no es solo una transformación racional productiva-tecnológica es también social, política económica que genera otro mercado. Hay que generar una conciencia en el consumidor. El común de la gente quiere comprar cantidad y barato.” (4_2017_d_Entrevista 19)

El MTE Rural en Mar del Plata avanza en su desarrollo organizativo a través de proyectos para que los mismos productores frutihortícolas, puedan coordinar la modalidad de venta a través de los Bolsones “Pueblo a Pueblo”. Estos consisten en bolsones de verduras y frutas de productores familiares y bolsones secos de alimentos no perecederos provenientes de otras ramas de producción de la agricultura familiar y cooperativas asociadas al MTE a nivel nacional. En todos estos proyectos las mujeres del movimiento ocupan un lugar protagónico. En la actualidad el 90% de las delegadas de Gral. Pueyrredon son mujeres. Esto se pone de manifiesto también en el rol de las mujeres en términos del sostenimiento de las ferias y en las responsabilidades que asumen en la gestión, la innovación, el agregado de valor de múltiples experiencias impulsadas en el sector frutihortícola. Una de las razones de la importancia de las mujeres en el proceso que analizamos, es la capacitación continua en términos de identidad de género y la reivindicación de derechos que diferencia a esta organización de la agricultura familiar.



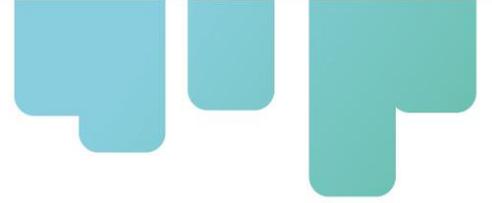
3.3. Productores Agroecológicos

Este grupo muestra dinamismo en la implementación de diversas estrategias de innovación comercial con venta de bolsones de verdura agroecológica, ofertas en verdulerías especializadas o tiendas saludables, venta por internet y entrega a domicilio o en ferias agroecológicas. Si bien algunos, como el caso de Che Verde, nacen como un ensamblaje de actores heterogéneos (ex funcionarios del Estado y productores que transitan hacia la agroecología), el resto de las iniciativas surge de manera individual, como emprendimientos privados y familiares. De todas maneras, se puede observar la existencia de redes y de conocimiento entre ellos a partir de la venta en algunos locales de alimentos saludables (Viteri et al., 2019). Entre los y las agroecológicas existen muchos puntos en común. Todas manifiestan preocupación por el modo en que se producen y consumen los alimentos, el deterioro del medio ambiente, la falta de biodiversidad.

A pesar de la crisis económica generalizada, muchos de estos grupos mantuvieron sus ventas con estrategias de distribución dispares. El nacimiento de Che Verde ocurre justamente por el ajuste estructural del Estado nacional, por el cual las funcionarias de la ex Secretaria de la AF se quedan sin sus empleos y sin la posibilidad de continuar el trabajo de asesoramiento a un grupo de productores en la transición a la agroecología. Este momento de crisis, las llevó a buscar estrategias de supervivencia, sin abandonar sus ideales de construir un sistema alimentario sustentable. Una de las productoras que hace parte de Che Verde, explica cómo se organizaron para vender bolsones:

“La venta en bolsones se acordó entre todos. Las chicas todavía tenían trabajo en INTA [la SAF funcionaba en la Agencia de Extensión de INTA] y no querían cobrar por su trabajo [armar los bolsones y repartir a las verdulerías nodales], decían yo les ayudo, pero no querían...cuando estábamos en el Once Unidos [club deportivo de barrio que ofreció sus instalaciones para el reparto de los bolsones]. Sí, ustedes nos dan una mano, se mueven en el auto...ellas no querían cuando trabajaban, pero cuando quedaron sin trabajo, ellas ahora sacan un porcentaje.” (Entrevista P29_2019)

Este emprendimiento conocido actualmente en Gral. Pueyrredon como Che Verde es el resultado de la búsqueda de estrategias comerciales alternativas a los circuitos de intermediación convencionales a los cuales, productoras y productores frutihortícolas de la agricultura familiar están sometidos. Sobre todo, padecen las dificultades propias de los canales convencionales, aquellos agricultores que no alcanzan el nivel de acumulación que les permita adquirir tierras productivas, disminuir sus costos fijos, e invertir en más infraestructura para obtener un mayor volumen de producción e ingresar a un circuito de ventas mayoristas ampliando sus ganancias. Este proceso es, además, muy incierto debido a las inclemencias climáticas y a factores macroeconómicos que afectan directamente la producción de los frutihorticultores convencionales. En el relato siguiente se describe el proceso de construcción de este proyecto de



comercialización desde la perspectiva de una de las ex- técnicas de la SAF. Se muestra cómo cada sector diseña su proyecto, recreando matrices productivas diferenciadas.

(...) “paralelamente a eso que veníamos ya organizando ese proyecto no nace ahí estrictamente. Primero que no nace de nosotros, el proyecto de comercialización corto, en formato de bolsones, o de cajas o de la abundancia o no sé qué...es un proyecto muy viejo que forma parte de la cultura popular te diría que se fue perdiendo con el tiempo pero que si vos rastreas para atrás ese intercambio ya existía. Ahora con la crisis y con el tema del veneno de muchas alertas que va teniendo la población, datos que se revelan, por ejemplo la película de Pino Solanas, donde el mismo se somete a un análisis de laboratorio y le sale glifosato en sangre ...la gente de Entre Ríos, de Córdoba todo ese trabajo va llegando a la sociedad ese dato y la sociedad... está alerta...es una matriz que va cambiando también no solo porque cambia la matriz productiva sino porque el consumidor empieza a darse cuenta en el brete en que esta...”

“El objetivo entonces del proyecto no era solamente acortar el canal de comercialización de los pequeños agricultores sino también involucrar en el entramado existente previo, como llegaron a producir, quien los acompaña, como se registran, como facturan, la logística como trasladan sus productos, con los actores que ya venían trabajando... no inventar la pólvora sino tomar de la realidad lo que estaba.” (2019_Entrevista 29 AGROECO)

La matriz productiva de hortalizas y verduras agroecológicas incluye una fuerte diversificación en contraste con el modelo comercial propio del sector convencional. Esto toma sentido en relación a la búsqueda de la diferenciación de la venta de los productos agroecológicos en relación al mercado convencional hortícola local. En la actualidad la comercialización de Che Verde está a cargo de tres ex técnicas de SAF que realizan la distribución en Mar del Plata.

“...en realidad nos juntamos temprano tipo 6 de la mañana armamos todos los bolsones y entregamos a los nodos y en el medio yo voy también a entregando a domicilio y las 8 de la noche termino, como que tratamos de congeniar todo...y le sumamos \$40 más al costo del bolsón.” (2019_28_ AGROECO)

En términos de la estrategia comunicacional de este emprendimiento, es notable el uso de las redes sociales a través de las cuales se informa rápidamente la conformación semanal del bolsón agroecológico, que varía según la disponibilidad estacional de la producción que ofrecen los productores agroecológicos, el cual está en pleno desarrollo.

“...nuestro sistema comunicacional es a través del WhatsApp en el 95%, abrimos Instagram pero nos sirve como muestra para mostrar un poquito, para ver

imágenes...pero la comunicación más fuerte es a través del WhatsApp y falta desarrollar el mundo del Facebook y un montón de otras cosas (...)"(2019_Entrevista 28_ AGROECO)

"Yo les mando la lechuga manteca, rúcula, espinaca 150 paquetes. Lo cosecho, lo lavo bien y viene el fletero el martes a la tarde, viene de allá y carga todo y se lo lleva. Las chicas el miércoles a la mañana arrancan, preparan los bolsones en el galpón." (Entrevista P19_2019 AGROECO)

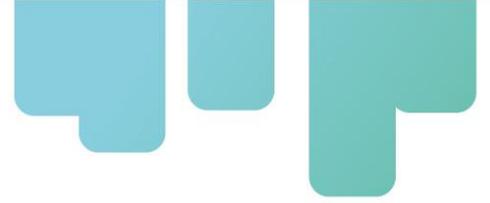
La distribución a los nodos de entrega conforma una extensa red de puntos geográficos que abarcan a toda la ciudad, como se muestra en el folleto que intercambian en las redes sociales.



Figura 3. Nodos de entrega de Che Verde. (Imágenes Che Verde)

Estos nodos permiten disminuir costos de logística en los que se incurre con la modalidad de entrega a domicilio. La experiencia trata de respetar un precio favorable para los productores, sin perjudicar el presupuesto de las familias urbanas que compran el bolsón. Por eso, un productor explica que algunas veces prefiere vender barato en su circuito comercial a mal vender en el mercado que no diferencia entre agroecológico y convencional:

"(...) Si la papa no la vendimos... tenemos que vender barato la papa en el mercado si



nos alcanza el mercado agroecológico, a vender barato el zapallo también, sino nos alcanza el mercado agroecológico.” (Entrevista P2_2019)

De alguna manera la agroecología se va construyendo a medida que crece el número de productores y consumidores. La incipiente red de intercambio debería consolidarse. El trabajo de campo muestra que muchos no se conocen o aún no han logrado relaciones de confianza como se muestra en el siguiente diálogo:

E: “¿qué comentario tenés de productores agroecológicos?... por ejemplo, XX ¿no los recomendarías?”

P: “Y no... Por eso te digo, porque no tengo confianza,...el único mi alumno, que tomó cursos que di a varios... (Entrevista 12 - oct19_ AGROECO)

P2: “Sí, es como que cada uno se cerró en sí mismo. Que es lo contrario que hay que hacer...tendríamos que estar siempre relacionados.” (Entrevista 13 oct19_ AGROECO)

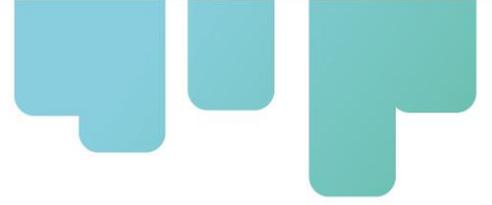
“Pero no estoy muy en el entorno...me pasó cuando fui a esta feria Masticar, me encontré que había un montón de gente como yo, no es orgánica pero bueno” (Entrevista 17_ AGROECO)

Estos testimonios muestran la falta de conocimiento entre los productores. En algunos casos por falta de interés y en otros porque no existen espacios sociales que los aglutinen. La experiencia de FONTAGRO y la elaboración del video permitieron cierto intercambio y posibilidades de trabajos conjuntos. Algunos se juntan para comprar insumos o productos que no se producen en la zona. La mayoría de los y las agroecológicas no consideran al alimento como un simple producto, tal como se aprecia en las siguientes afirmaciones.

“Tu Raíz te propone que te reencuentres con el verdadero alimento, el que se produce en armonía con la naturaleza y que te nutre sabiamente.” (Entrevista P33_ 2019 _ AGROECO)

“(...) siempre desde la trayectoria laboral, en el laburo del Estado la intención fue acortar esos canales generar ese recurso más justo de los productores, una retribución para ellos (productores hortícolas) justa y un acceso a alimentos seguros y sanos para los consumidores...esa era como la meta.” (2019_Entrevista 28_ AGROECO)

“(...) la producción de alimentos agroecológicos, pero para que esto funcione tiene que estar acompañado de cambios en todos los aspectos”. (Entrevista P15_ 2019 AGROECO)



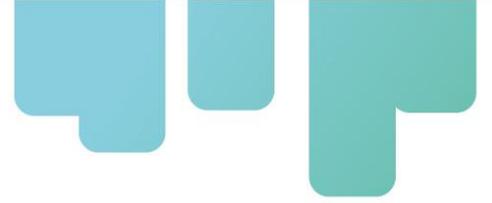
Todos coinciden que para aumentar el consumo de productos agroecológicos se requiere de un esfuerzo mancomunado entre todos los actores, tanto funcionarios públicos, como asociaciones de productores y consumidores. Si bien usan intensamente las redes sociales, pareciera que se deberían avanzar más en la consolidación de relaciones de confianza.

4. Impacto de las Innovaciones Estudiadas en el Territorio

Para responder a interrogantes respecto a la posibilidad de construir territorios sustentables a partir de las experiencias analizadas, se registran altas potencialidades individuales con escasa articulación entre los actores involucrados. Desde sus diferentes visiones, todos los actores del ensamblaje frutihortícola concuerdan en la necesidad de contribuir a la construcción de sistemas alimentarios sustentables promoviendo el desarrollo de la calidad de los productos ofertados (sellos), mejorando la equidad de acceso a los diferentes recursos tanto para los productores, distribuidores y consumidores (agroecológicos, movimientos sociales, ferias agroecológicas, almacenes saludables, etc.).

Los y las productoras que ofrecen frutas y hortalizas en el Cinturón Hortícola de Mar del Plata tienen sus propios parámetros de calidad. Para los que hacen parte de AFHOPyA, seguir los lineamientos de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) les aseguraría ofrecer una mercadería diferenciada. Sin embargo, coinciden en señalar que necesitan que el consumidor/a reconozca ese diferencial de calidad y para ello intentan innovar a través de un sello que no logran imponer en el mercado por deficiencias de logística y trazabilidad. Los y las horticultoras que integran movimientos sociales entienden a la calidad como una construcción social que va más allá de los parámetros de calidad visual de los mercados convencionales. La calidad para los agroecológicos es el respeto por el medio social y ambiental. La innovación de todas estas experiencias ronda en producir y distribuir alimentos sanos y amigables con el medio ambiente. El significado de la construcción de la calidad varía entre los grupos de innovación analizados. Para algunos, la innovación (sello) tiene un objetivo preponderantemente económico, y para otros (movimientos sociales, agroecológicos), mejorar la calidad involucra relaciones laborales más equitativas, mejorar la relación entre la producción y la tierra, así como potenciar la construcción de territorios más sustentables.

El sello de calidad de AFHOPyA se asocia a un modelo de producción con alta composición de tecnología que requieren insumos externos a la producción familiar (invernáculos, semillas híbridas, fitosanitarios, herbicidas, fertilizantes). Sus promotores aseveran que sólo será posible desarrollar un sello cuando la mayor parte de los productores logre, con ayuda de los técnicos, implementar las BPA. La AFHOPyA difunde este criterio de innovación utilizando todas las TIC,



inclusive medios masivos como la radio y la TV.

La experiencia del Grupo de Abastecimiento Local (GAL – Pro Huerta), que a su vez muchos de sus integrantes pertenecen al MTE, reúne a horticultores/as con una escala productiva de menos de 2 ha. La innovación de venta directa en ferias está muy asociada a las mujeres de las familias hortícolas. El volumen de venta que representa la feria en relación a lo que venden en las quintas a través de los intermediarios es ínfimo. Quizás por eso, las ferias estén a cargo de las mujeres que encuentran en el intercambio con los y las consumidoras de la ciudad, una reivindicación hacia su trabajo cotidiano de producción en las quintas. Además, si bien el volumen de venta es escaso, los precios a los que venden son convenientes. El espacio de la feria recrea la identidad de productoras de alimentos, y re-significa el sentido de pertenencia rural.

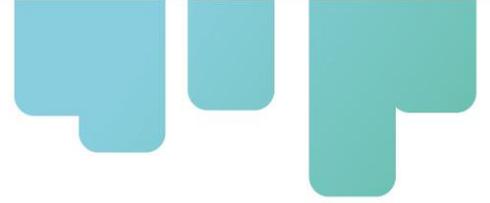
La experiencia del grupo heterogéneo de productores y productoras agroecológicas impacta positivamente en la construcción de una Mar del Plata más sustentable. De todas maneras, el entramado de esta modalidad productiva es incipiente. En general, los y las consumidoras que se acercan a las ferias, a los almacenes saludables poseen cierto grado de educación formal, así como un poder adquisitivo entre medio y alto. Se destacan algunos consumidores que valoran los alimentos frescos y sin agroquímicos porque tienen problemas de salud.

Para todos los consumidores estudiados en Mar del Plata, la accesibilidad a verduras y hortalizas más sanas y, a precios más justos, es muy positivo. Esta accesibilidad se registra en diversos puntos de venta como ferias, almacenes saludables, bolsones con reparto a domicilio o en nodos comerciales. Los productores buscan ir más allá de una demanda puntual, de mercado nicho, pretenden llegar a todas las clases sociales. Uno de los productores agroecológicos y líder del MTE sostiene:

“Nuestra orientación...no sólo es que hay que brindar nuestros productos a clases medias o medias altas, ¿no? Hacer una cosa boutique de la AF está muy buena porque le sacamos más margen...pero nosotros tenemos que abastecer, porque esta es la construcción de la soberanía alimentaria, nosotros tenemos que abastecer de alimentos sanos, frescos y de calidad a todo el pueblo argentino y por encima de eso a los sectores más postergados que más sufren el hambre.” (Exposición_8 de nov.)

Respecto a los regímenes de tenencia de la tierra, la mitad de los casos agroecológicos analizados en Mar del Plata cuentan con la propiedad de la tierra y uno usurpa una parte. Los que pagan alquiler lo hacen a familiares cercanos o están buscando reivindicaciones de derechos al participar en movimientos sociales como Trabajadores Excluidos (MTE) o la Unión de Trabajadores de la Tierra (UTT). Los mismos productores aquí reflexionan sobre el acceso a la tierra:

“El régimen de tenencia de la tierra es un problema, nuestro alquiler es más del 50% del costo directo operativo...Pretender que un quintero se transforme totalmente en agroecológico con los precios que se manejen hoy por hoy en el mercado...no da”



(Entrevista P2_2019)

“Hace años que pagamos alquiler porque el gobierno no nos da un crédito para comprar para nuestros hijos. Nuestros hijos ya no son bolivianos nacieron acá y tienen todo el derecho” (Entrevista P9_2019)

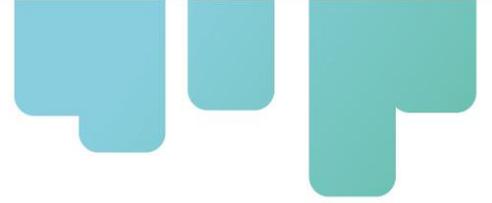
Se podría remarcar que el acceso a la tierra podría tener un impacto positivo para mejorar el proceso productivo y aumentar la oferta de alimentos sustentables para el medio social y ambiental. Entre los resultados obtenidos se observó que la mayor parte de los establecimientos dedicados a la producción de hortalizas o frutas agroecológicas cuenta entre menos de 1 ha. (55%) y 2 ha. (18%), sólo tres casos trabajan más de 2 ha. Si bien existen, particularmente en las grandes ciudades donde la presencia del MTE y la UTT es mayor, almacenes de ramos generales, en Mar del Plata, todavía el alimento agroecológico parecería que aún es para pocos.

Estas redes agroecológicas son insumos relevantes para construir territorios sustentables. Para ello, es necesario avanzar en estrategias de organización y cohesión de todos los estratos de la sociedad. Políticas públicas y privadas que promuevan el consumo de alimentos sanos a través de procesos de aprendizaje desde un enfoque constructivista permitiría fortalecer los procesos de innovación analizados en Mar del Plata.

5. Conclusiones y Recomendaciones

Las innovaciones comerciales estudiadas en Mar del Plata están insertas en un marco de complejidad y conflictos de intereses. La relación entre normas de control en el uso de agroquímicos y la heterogeneidad de actores sociales involucrados con la producción de frutas y hortalizas en el Cinturón Hortícola del Partido de General Pueyrredon, generan una multiplicidad de territorios. Numerosos y numerosas productoras, distribuidores/as y consumidores/as se insertan en el modelo hegemónico de producción. Este trabajo, en cambio, focalizó en prácticas sociales que constituyen una contra tendencia hacia ese modelo, proponiendo otras maneras de hacer. De todas maneras, la realidad es mucho más compleja y se encuentran en una misma explotación hortícola proceso productivos agroecológicos y convencionales, donde se destinan a una u otra forma de producción en los diferentes invernáculos

Si bien existen fuertes evidencias que el modelo productivo hegemónico pone en riesgo la sustentabilidad de los territorios, se reconoce tanto desde lo académico como desde las prácticas cotidianas, que no es la única manera de producir, distribuir y consumir alimentos. En este trabajo de investigación se focaliza en prácticas innovadoras que son parte y contra respuesta al modelo hegemónico. Tomando en cuenta diferentes agrupaciones de productores y productoras, así como horticultores familiares sin acciones colectivas, este estudio focalizó en prácticas



innovadoras vinculadas con los canales comerciales y el tipo de producto ofertado. Por un lado, se estudió la Asociación de Horticultores (AFHOPyA) que siguiendo bajo las normas del modelo productivo y comercial convencional, intentan mejorar la trazabilidad productiva mediante un sello de calidad. Por otro, grupos asociados e independientes de familias hortícolas que buscan producir de manera agroecológica. Todos los actores involucrados en la producción y distribución de frutas y hortalizas analizados consideran que sus acciones buscan construir un territorio más sustentable en lo social y ambiental en la ciudad de Mar del Plata.

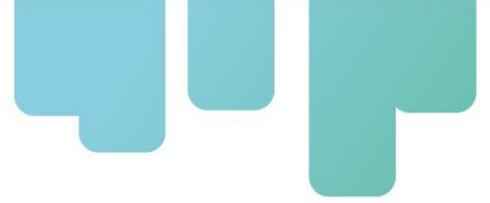
Se focalizó en el Cinturón Hortícola Marplatense como un territorio que se construye a través de un ensamblaje de actores (productores, productoras, comerciantes mayoristas, minoristas, proveedores de insumos, consumidoras, transportistas, técnicos, técnicas, etc.) y artefactos (normas, semillas, tractores, invernáculos, plantines, agroquímicos, etc.). Sus prácticas, su manera de concebir y construir calidad, muestran una amplia heterogeneidad de ofertas y formas de interacción entre productores/as y consumidores/as. Este proceso de intercambio entre productores y consumidores contribuye a crear nuevas identidades e intersubjetividades. La promoción de estos canales cortos de comercialización incrementa el arraigo del consumo local, procurando el desarrollo de identidades frutihortícolas.

Las innovaciones estudiadas suman múltiples percepciones sobre la calidad de los alimentos que conviven en un mismo espacio territorial y muchas veces en un mismo individuo. El trabajo de campo realizado durante los procesos de venta en ferias, almacenes saludables, registran falta de conocimiento acerca de qué es un alimento saludable en una gran proporción de consumidores y consumidoras. Algunos confunden frescura, olor de las hortalizas que se venden frescas como hortalizas orgánicas. En general, los y las consumidoras reproducen una mirada de calidad convencional, prevaleciendo la preferencia por aspectos visuales como el brillo, color, frescura, desatendiendo a cómo fue producida esa hortaliza, qué manos trabajaron la tierra, cuántos agroquímicos se emplearon, etc.

Esa demanda por calidad visual es la que promulgan los y las productoras de la AFHOPyA. A través de certificar su producción bajo la implementación de las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), pretenden el apoyo de los consumidores que aún no conocen las diferencias entre un producto que no respeta las reglas del uso de agroquímicos de aquellos producidos bajo BPA. En cambio, las y los productores agroecológicos y en transición apuntan a la promoción de una calidad que vaya más allá de lo visual. Buscan que sus clientes valoren el proceso productivo que permitió que una hortaliza o fruta llegue a la mesa de un hogar, sabiendo que estarán consumiendo un alimento libre de agroquímicos. Para ello, este grupo de productores y productoras debe intercambiar ideas e información con los y las consumidoras, además de la necesidad de contar con clientes que sean conscientes de las adversidades sociales y ambientales de la producción convencional. Para ello, todas estas experiencias muestran un uso intensivo de tecnologías de información y comunicación.



El desarrollo territorial sustentable de Mar del Plata requiere de la multiplicación de este tipo de experiencias. Para ello, se deberían implementar políticas que promuevan el intercambio y la reconexión entre productores/as y consumidores/as. Es necesario aumentar las promociones de consumo saludable, implementar incentivos de compra local, llevar a todos los actores de la distribución a promocionar la venta de las hortalizas y frutas que se producen en el Cinturón Hortícola de Mar del Plata. Esta investigación muestra que las incipientes experiencias necesitan un fortalecimiento para aumentar en cantidad y calidad.-



Referencias Bibliográficas

- Aranguren, C. Porta J., López, M. (2017) El Programa de Desarrollo Rural Sustentable del Partido de Gral. Pueyrredón. Aportes al análisis de la experiencia política. En: Patrouilleau, M; Mioni, W; Aranguren, C. Políticas públicas en la ruralidad argentina. Ediciones INTA. Buenos Aires. Pp. 59-79.
- Benencia, R. (1997) Migración limítrofe y mercado de trabajo rural en la Argentina. Estrategias de las familias bolivianas en la conformación de comunidades transnacionales. Revista Latinoamérica de Estudios del Trabajo. Año 10, N 17, PP 5-30.
- Foucault, M. (1991). Microfísica del poder. Madrid: Las Ediciones de la Piqueta (Versión original 1980): 1-200.
- Piñeiro, D. (2003) Sustentabilidad y Democratización de las Sociedades Rurales de América Latina Sociologías, Porto Alegre, año 5, nº 10: 26-34.
- Torre, A.; Traversac, J.B. (2011). Territorial Governance. Local development, rural areas and agrofood systems. Springer Verlag, New York: 1-29.
- Viteri, M.L. Cendón, M.L, Barrientos, M.E, López, M. (2019) “Redes Alimentarias Alternativas: Una Aproximación Teórica”. XI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Argentinos y Latinoamericanos Buenos Aires, noviembre.

Instituciones participantes



Ministerio de Agricultura,
Ganadería y Pesca
Argentina



Secretaría Técnica Administrativa



Con el apoyo de:



www.fontagro.org

FONTAGRO
Banco interamericano de Desarrollo
1300 New York Avenue, NW, Stop
W0502, Washington DC 20577
Correo electrónico: fontagro@iadb.org