



12° CONGRESO ARGENTINO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

La Plata, junio y septiembre de 2021

GT62 – Debates actuales de la antropología rural: transformaciones territoriales, desigualdades y conflictos

Organización para la comercialización de la agricultura familiar: el grupo “Integración” del programa Cambio Rural en el mercado “Saropalca” de Morón, provincia de Buenos Aires”

María Carolina Feito, CONICET/Universidad Nacional de La Matanza.

carofeito@gmail.com

Resumen

Intentamos comprender la organización protagonizada por pequeños/as productores/as familiares de origen boliviano que sostienen la producción de alimentos y fomentan circuitos comerciales alternativos en las localidades, analizando el caso del mercado frutihortícola de la colectividad boliviana “Saropalca” en Morón, provincia de Buenos Aires, Argentina.

Utilizamos metodología cualitativa con realización de trabajo de campo etnográfico mediante entrevistas y observaciones participantes.

Focalizaremos en la implementación del Programa Cambio Rural de INTA/Ministerio Agroindustria, que constituyó el grupo “Integración”, mediante una estrategia de articulación entre distintos tipos de actores. Caracterizaremos el proceso de conformación grupal y su desarrollo actual, en el marco de la intervención propuesta por el Programa. Revisamos las prácticas, en tanto procesos culturales, que intervienen configurando las experiencias de los sujetos sociales analizados.

La asociación para comercializar sus producciones constituye, en un contexto post migratorio, una expresión organizativa del sentimiento originario comunitario de estos productores/as. Asimismo, esta organización permite traccionar el desarrollo local, en un contexto de incertidumbre.

¿Qué políticas públicas se requieren para el desenvolvimiento exitoso de estos “nichos étnicos”, como son los mercados frutihortícolas bolivianos?

¿Cómo se recrea la gobernanza en esta experiencia de mercado asociativo?

Destacamos la importancia de la agricultura familiar en el proceso de creación de las cadenas cortas de comercialización. Estas tienen un rol indispensable en la forma de organización de los mercados y permiten mejorar tanto la renta de los productores como las condiciones de alimentación de la población. También constituyen espacios de organización de la producción y comercialización de la agricultura familiar y otorgan alternativas al desarrollo de los territorios.

Concluimos que las nuevas herramientas de gestión local aplicadas a solucionar problemáticas de productores y feriantes, permiten consolidar el futuro éxito de este tipo de experiencias, que repercuten en la creación y consolidación de lazos sociales y sentido de pertenencia y valorización de la comunidad local.

Palabras clave: *organización; agricultura familiar; comercialización; modalidades de intervención*

Introducción

Intentamos comprender la organización protagonizada por productores/as familiares de origen boliviano que sostienen la producción de alimentos y fomentan circuitos comerciales alternativos, analizando el caso del mercado frutihortícola de la colectividad boliviana “Saropalca” en Morón, provincia de Buenos Aires. Utilizamos metodología cualitativa con realización de trabajo de campo etnográfico (Guber, 1991) mediante entrevistas y observaciones participantes¹. Focalizaremos en la

¹ Las entrevistas fueron realizadas en forma presencial durante 2019 y hasta enero 2020, y de manera virtual entre noviembre 2020 y mayo 2021 y las observaciones, entre fines de 2018 y febrero 2020, ya que no pudimos

implementación del Programa Cambio Rural de INTA/Ministerio Agroindustria, que constituyó el grupo “Integración”, mediante una estrategia de articulación entre distintos tipos de actores. Caracterizaremos el proceso de conformación grupal y su desarrollo, en el marco de la intervención propuesta por el Programa. La asociación para comercializar sus producciones constituye, en un contexto post migratorio, una expresión organizativa del sentimiento originario comunitario de estos productores/as. Fortalecer el asociativismo contribuye al desarrollo local, en un contexto de incertidumbre, dadas las políticas contra la agricultura familiar del gobierno nacional anterior (Feito, 2020) y la nueva normalidad producida a partir de la pandemia covid 19 en los mercados concentradores del Area Metropolitana de Bs As (Barsky y Ami, 2020).

En el contexto de la pandemia covid19, mostramos las transformaciones de la cotidianeidad en las operaciones de este mercado.

Comercialización de la Agricultura Familiar

Entendemos por Agricultura Familiar (en adelante, AF) un tipo de producción en la cual la unidad doméstica y la productiva están físicamente integradas, la agricultura es un recurso significativo en la estrategia de vida familiar, la familia aporta la fracción predominante de fuerza de trabajo utilizada en la explotación y la producción se orienta al autoconsumo y/o al mercado (Feito, 2014). La comercialización es el proceso que va de la tranquera del productor hasta el comprador (Caracciolo, 2015). Las asociaciones de comercialización de productores familiares (organizados en relación con minoristas para comercializar sus productos y defender sus precios frente a los grupos concentrados), como modalidad alternativa de comercialización de la AF que intenta escapar a la lógica del capital, disputan el modelo dominante del agronegocio². Para implementar procesos de

seguir concurriendo al predio del mercado por el Aislamiento Social Preventivo Obligatorio ASPO, decretado por el gobierno nacional desde marzo 2020, dada la pandemia covid19, luego transformado en Distanciamiento (DISPO), desde noviembre 2020. Agradecemos la colaboración de Mariano Purtic, Federico Tinelli y Pedro Aboitiz para la realización de las entrevistas.

² Este modelo fue trabajado por varios autores que no vamos a debatir aquí (ver, entre otros: Gras, C. y Hernández, V. (coords.). 2009. La Argentina rural. De la agricultura familiar a los agronegocios. Buenos Aires: Biblos; Azcuy Ameghino, E. y Martínez Dougnac, G. 2017. De Menem a Macri: el agro pampeano. En: Rev.

desarrollo rural, son importantes las tramas institucionales conformadas por organismos públicos y privados dirigidas a organizaciones de pequeños productores para favorecer su inclusión económica y social (Manzanal et al, 2009).

Los conceptos de cadenas cortas y redes agroalimentarias otorgan herramientas para repensar los mercados agroalimentarios y las relaciones entre consumidores y productores. Se destaca la importancia de la AF en el proceso de creación de las cadenas cortas de comercialización, que otorgan a consumidores garantía de acceso a productos saludables, mediante nuevas estrategias de abastecimiento. El poder público, el mercado y la sociedad civil son protagonistas importantes en este proceso de reinventar modelos de comercialización, valorizando el rol de la AF. Esto quedó evidenciado especialmente durante la pandemia (Ricca, Feito y Vera, 2020). Estos canales cortos de comercialización tienen las siguientes ventajas: generación de dinamización de las economías locales conectando productores y consumidores, ya que el dinero permanece en el circuito local; baja el precio final del producto porque se desarrollan en espacios de proximidad, reducen el consumo de energía por la cercanía de los productos al espacio del mercado. Todo esto conlleva que el desarrollo local contribuya al mismo tiempo, al desarrollo nacional (Caracciolo, 2019).

El mercado de la Asociación Civil de Residentes de Saropalca en Buenos Aires

El 24 de Septiembre de 1998, migrantes provenientes del pueblo Saropalca en Potosí, Bolivia, firman en Morón el contrato Social de la “Asociación Civil de Residentes de Saropalca”, requerimiento necesario para alquilar un galpón que había sido fábrica, para conformar un Mercado Concentrador propio, finalmente creado en 2003. La expresión organizativa de la pertenencia a una “comunidad originaria” en el contexto postmigratorio es la asociación de productores frutihortícolas de origen boliviano (Castro, 2013). Contrariamente al resto de los mercados étnicos periurbanos, donde la mayoría son comercializadores revendedores, en Saropalca, de los casi 150, casi todos son productores familiares

Realidad Económica, N 312. Bs As: IADE; Sammartino, G. V. (2014). Notas para identificar el modelo de producción agroalimentario hegemónico actual. *Diaeta*, 32(147), 16-25.

capitalizados de varios distritos, aunque algunos pocos sólo comercializan hortalizas de reventa. Los fuertes lazos de compaisaje que se manifiestan en este mercado cooperativo, se establecen mediante lazos identitarios contruidos sobre la base de relaciones comunitarias indígenas -ayllus-(Rivero Sierra, 2015). Este mercado” tiene la extrema particularidad de que se trata de un caso donde la casi totalidad de sus pobladores se asentaron en un mismo lugar, Morón, y donde el trabajo en común -o comunitario-según las costumbres es de suma importancia” (Rivero Sierra, 2015:404).

Consideramos el mercado Saropalca como una modalidad alternativa de comercialización para la agricultura familiar, “que escapan de la lógica del capital, consistente en maximizar una tasa de ganancia sobre el capital invertido y buscan la satisfacción de las necesidades de los actores que participan en intercambios principalmente comerciales, aun cuando las experiencias existentes evidencian que también se realizan intercambios sociales, culturales y políticos” (Alcoba, Dumrauf et al., 2011). Responde a la denominada por Caracciolo (2019) “productores organizadores en relación con minoristas” (Feito, 2019).

La experiencia de intervención del grupo Cambio Rural “Integración” en el mercado de Saropalca

En noviembre de 2018 se conformó en el Mercado un grupo del Programa Cambio Rural³ de productores/feriantes, denominado “Integración”, como resultado de una ardua gestión de técnicos de la Experimental Area Metropolitana de Bs As del INTA. La iniciativa fue fundamentada por diversas situaciones problemáticas: falta de información técnica; manejo inadecuado de insumos; tenencia provisoria de tierra. Coordinados por un Ingeniero Agrónomo, supervisado por el Agente de Proyecto del programa para el partido, los 9 productores trabajan con apoyo de la Asociación

³ El Programa Cambio Rural fue creado en 1993 por la entonces Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, para pequeños y medianos emprendedores agropecuarios. Desde su inicio, el INTA tiene la responsabilidad de su coordinación operativa y ejecución presupuestaria. Mediante una labor conjunta que integra a grupos de productores, un asesor técnico privado y profesionales del INTA, se promueve la búsqueda de alternativas que permitan incrementar ingresos, elevar nivel de vida, generar nuevas fuentes de empleo, retomar el proceso de inversión y posicionarse mejor en los mercados. Fue reformulado por el actual Ministerio de Agroindustria en septiembre de 2017, en el marco de políticas de desaliento de la producción familiar del nuevo gobierno nacional (Feito, 2019).

Saropalca que fundó el mercado, diagnosticando en reuniones regulares las problemáticas cotidianas y planificando en forma participativa el plan de trabajo grupal (PTG). Los productores son frutilleros con complementación de producción de verduras de estación, poseen una superficie promedio de 3ha (10 % bajo cubierta. No tienen acceso al crédito y sólo 5 son responsables inscriptos en impuestos y 4 monotributistas, todos están inscriptos en el Registro Nacional de Productores Agropecuarios (RENSPA). Un 85% de su ingreso total proviene de esta comercialización, siendo el restante producto de la venta en verdulerías o mediante entrega de bolsones de verdura y no agregan valor en sus productos.

Los productores expresan como problema la falta de: asesoramiento comercial y de marketing, valor agregado a lo producido, bancarización adecuada, tecnología de insumos y procesos, mano de obra diagnósticos de suelos y agua. También: avance de urbanización que desplaza espacios productivos; tenencia precaria de tierra. Se propusieron como objetivos: 1) mejorar la productividad en finca (para lo cual se realizaron capacitaciones en manejo de plagas y enfermedades en frutilla y hortalizas, preparación de protocolos de trabajo para el cultivo de plantines de variedades de frutilla adaptadas a un esquema de manejo agroecológico, ensayos y validación de la aptitud agronómica de variedades de frutilla adaptadas a sistemas de producción agroecológica y con Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)⁴, análisis de suelo y agua en algunas fincas; 2) cumplir con el punto 1 de los requisitos mínimos obligatorios de las BPA para hortalizas (mediante asesoramiento en obtención de documentación obligatoria, capacitación para obtención del Documento de Tránsito Vegetal DTVe⁵ y BPA, realizar identificación de envases), 3) Afianzar y fortalecer la Asociación (se realizaron capacitaciones sobre asociativismo, tenencia de tierra y cuestiones legales laborales).

⁴ Las BPA son un conjunto de principios, normas y recomendaciones técnicas aplicables a la producción, procesamiento y transporte de alimentos, orientadas a asegurar la protección de la higiene, la salud humana y el medio ambiente, mediante métodos ecológicamente seguros y económicamente factibles traducidos en la obtención de productos alimenticios y no alimenticios más inocuos y saludables para el autoconsumo y el consumidor.

⁵ El Documento de Tránsito Vegetal Electrónico DTVe, se creó por Resolución conjunta del Servicio Nacional de Calidad y Seguridad Agroalimétrica SENASA y la Administración Federal de Ingresos Públicos AFIP. Es aplicable para las rutas nacionales y para productos que llegan de otras provincias a Mercados Concentradores y reemplaza al remito oficial para transporte de mercaderías.

El Promotor intenta promover una transición hacia la agroecología (Marasas el tal, 2012) ya que la mayoría de los productores son de Moreno, plena zona de presión demográfica en conflicto por tomas de tierras, habiendo algunos en Exaltación de la Cruz, Rodríguez y Marcos Paz, con problemas productivos variados. De los productores del mercado, menos del 10% trabaja agroecológicamente; mientras que del grupo Integración, sólo dos de los ocho miembros empiezan a probar la transición. El Promotor Asesor les muestra la conveniencia de producir con bioinsumos, pero las empresas agroquímicas convencen a los productores de que es mejor aplicar, y ellos se manejan mediante ensayo y error: sólo toman lo que ven que les funciona en sus fincas.

“La puerta de entrada hacia este tipo de tecnología amigable con el medioambiente (los bioinsumos) viene por el lado del bolsillo, no del cuidado del medioambiente. Si la rentabilidad es sumar costos, lo bioinsumos les genera reducción en costos de pdcc comparado con convencionales. Con una aplicación de bioinsecticida se ahorran aplicación de 4 lts de insecticida químico. El técnico tiene q estar 1 vez cada 15 días mostrando y explicando. Donde los consiguen? Los biopreparados se preparan en los campos, a escala predial, el cuello botella es q para 3 o 4 has no alcanza, si tienen q planificar pdcc de bioinsumo no tienen tiempo porque la cantidad que deben generar es mucha y no tienen infraestructura, si bien algunos bioinsumos se producen industrialmente y están registrados en SENASA”. (promotor asesor grupo Integración)

Unos meses antes de la pandemia, en enero 2020, el municipio de Morón comenzaba a intervenir en el mercado para mejorar varios aspectos, y se logró ordenar el espacio, recortando el lugar ocupado por puestos, ordenando la circulación de changarines en los pasillos sumamente angostos (donde generalmente se producían accidentes por chocar los carros a las personas que por allí circulaban). La gran mayoría de los abastecedores del mercado no cumplían la reglamentación, en parte por ser de reciente implementación y desconocerla. Sólo el 50% de los puesteros estaban registrados en el RENAF⁶ y del grupo Integración, el

⁶El Registro Nacional de la Agricultura Familiar (ReNAF) releva información personal y productiva de los Núcleos de Agricultura Familiar (NAF) del país (una persona o grupo, parientes o no, que habitan bajo un mismo techo en un régimen de tipo familiar; es decir, que comparten sus gastos de alimentación u otros gastos esenciales para vivir; y que aportan, o no, fuerza de trabajo para el desarrollo de alguna actividad en el ámbito rural. Tiene como

Promotor logró inscribir varios, cuestión no menor ya que este registro es obligatorio para acceder a los beneficios brindados en el marco de la Ley 27.118 de “Reparación histórica de la Agricultura Familiar para la construcción de una nueva ruralidad en la Argentina” (Feito, 2016). Asesor inscribirlos. La inscripción al RENAF se frenó con la cuarentena, por falta de personal oficial, siendo además muy complejo el trámite por internet, ingresando desde la página de AFIP y con clave fiscal, y los productores desconfían para otorgar su clave a algún técnico o funcionario que pueda realizarles la inscripción.

El mercado Saropalca durante la pandemia

Con la pandemia, algunos modos de manejarse dentro del mercado cambiaron radicalmente. El manejo en un lugar cerrado y con concurrencia de mucha gente, orientó la mirada hacia la reorganización del funcionamiento del mercado para poder cumplir con los protocolos covid19.⁷ En marzo 2020, ante el fallecimiento del técnico responsable de SENASA en el mercado, se hizo cargo un nuevo técnico, con muchos años de experiencia en otros mercados, quien coordinó el control de implementación de estos nuevos protocolos, siendo una de las pocas personas fuera de los operadores, proveedores y changarines, que concurre varios días por semana de manera presencial al predio. Su protagonismo contribuyó a armar un programa de mejoramiento de las condiciones higiénico-sanitarias del mercado, así como el cumplimiento de las normativas SENASA.

“Las malas costumbres higiénicas se fueron desterrando a través de tres procesos: una primera etapa de persuasión y convencimiento, una segunda de educación, donde les explicaba porqué era conveniente cumplir los protocolos, sin agresión, sino con comprensión, y una tercera en la cual, si no cumplían, debía llamar a vigilancia y los policías que trabajan en seguridad del mercado, que invitaban a quien no cumplía a retirarse y si resistía, lo sacaban a la fuerza del mercado. Yo recibí algunos insultos de algunos transportistas de bultos, las autoridades se enteraron del caso y lo suspendieron 15 días, pero yo hice

finalidad el reconocimiento social del sector así como la orientación adecuada de las distintas políticas públicas que desarrolle el Estado Nacional a través de los distintos organismos competentes.

⁷ El Ministerio de Desarrollo Agrario de la Pcia Bs As junto con en Mrio Agricultura Nación, Senasa e INTA, elaboraron en abril 2020 protocolos covid19 para mercados mayoristas frutihortícolas, sobre abastecimiento, manipulación, comercialización y transporte de alimentos.

reuniones, los fui convenciendo de que se controlen entre ellos por seguridad de todos, no hubo situaciones mayormente incómodas”. (técnico responsable de SENASA en el mercado)

Respecto de cómo se vivieron las primeras semanas de pandemia en el mercado, el técnico de SENASA relata que él usaba doble barbijo y una escafandra, hasta que un operador joven se contagió covid, y de común acuerdo con el municipio y la asociación que dirige el mercado, decidieron cerrar preventivamente el mercado entre jueves y lunes aprovechando un feriado, para evitar la expansión de casos y realizar un operativo profundo de limpieza y desinfección. Luego se contagiaron el Presidente (uno de los miembros del grupo “Integración”) y su hijo, volviéndose a cerrar preventivamente el mercado durante unos días, en la primera ola en invierno 2020.

“A los operadores y productores no les gustó nada, pero los persuadimos de que el cierre preventivo era lo más conveniente para no provocar una estampida de contagios, y durante bastante tiempo no se contagió nadie más, aislamos los puestos pegados al del muchacho contagiado y los que estaban al frente de esos puestos, que no fueran por diez días”.

Cuando se enfermó el Presidente del mercado, a mediados de 2020, la gente estuvo más atenta a cuidarse, se profundizaron los controles y se siguió avanzando con la implementación de higiene. Sólo se enfermaron el hijo del Presidente y otra administrativa. En comparación con otros mercados del conurbano, que tuvieron clausuras municipales de varios días en distintas oportunidades por contagios, afectando el abasto local (Barsky y Ami, 2020), el Saropalca no cesó prácticamente sus operaciones desde el comienzo de la pandemia.

“La actividad te empuja... ese ritmo frenético de la comercialización, del movimiento de gente, las cargas, descargas, es una vorágine que no te permite detenerte ni a pensar, la gente está en la marea y siguió trabajando dentro el mercado, nada mas que cuidándose mas, convencándose de que el cuidado es fundamental.”

“Siempre hay alguien que debe tener mas proactividad, yo hago cosas que no me corresponderia hacer, las hago por vocación, porque estoy ahí adentro {del mercado} , si veo algo q se puede mejorar, no veo si está o no en mis obligaciones, me puse al hombro el tema limpieza y control de persuasión de la

gente, porque lo de ellos es trabajo digno, como cualquiera, contribuyen a cuidar a los demás”.

Respecto de la operatoria concreta del movimiento al interior del mercado, el operativo de control de protocolo covid no llegó a implementar testeos, porque sólo hubo unos pocos casos espontáneos de contagios, los operadores sabían que si se sentían mal no debían concurrir, se realizó una campaña importante de concientización desde el municipio y con la colaboración del técnico de SENASA. El protocolo marcaba que para aquel transporte que provenía del Mercado Central (donde hubo el mayor índice de contagios por la gran cantidad de gente que allí circula diariamente) o de zonas productivas, con hortaliza pesada, el chofer no podía bajar de la cabina del vehículo sin barbijo.

“Yo estoy en contacto con cada uno de los operadores cada vez que voy, me tome el trabajo de no estar mucho tiempo con la gente cara a cara, otra de las cosas que logramos promover y disuadir es que la gente no levante la voz, los changarines gritan, hablan fuerte, se fue conveniendo que eso es peligroso y fue mejorando”.

Otra cuestión que se transformó fue la circulación al interior del mercado. Los pasillos de Saropalca son muy angostos, los puestos están muy confinados, y esto fue una de las grandes preocupaciones, tratar de mantener la distancia social de 2 mts entre personas, si bien en la práctica resultaba imposible por la distribución de los puestos. No se pudo realizar el control de ingreso frenando la entrada de vehículos si se saturaba el interior del mercado, como sí se realizó en Moreno. Saropalca abre lunes, miércoles y viernes, de mañana temprano se descarga, que se suspende al mediodía y a las 13 hs comienza la comercialización. Esto lo controla el personal de vigilancia y seguridad ya que los integrantes de la Asociación son todos operadores y no pueden salir a controlar. Se refaccionó el concesionario del bar y se intimó de común acuerdo con el municipio, a refaccionar una parrilla ubicada cerca de la playa de estacionamiento, porque la gente se aglomeraba allí afuera a comer, ahora entran y mantienen distancia, en un espacio más grande. No tuvieron casi mercadería proveniente de las zonas donde se habían cerrado mercados (Escobar, Norchichas de Moreno, Quilmes, etc) (Barsky y Ami, 2020). En junio 2020 visitaron el mercado el Intendente de Morón y la Secretaria de Comercio

Interior de la Nación, para constatar los avances en infraestructura e higiene y seguridad.

Para la comercialización virtual, se intenta actualmente desde la Secretaría de Producción del Municipio de Morón diseñar una plataforma, pero es complicado encargarse porque son 150 productores a atender diariamente. Se están ideando diversos proyectos para fomentar canales que se instalen para que más consumidores finales puedan acudir a comprar al mercado, que abastece verdulerías y venta minorista. También se pretende armar un mercado itinerante, para venta directa, cuando se retome la habilitación en plazas, como proyecto de mercado piloto, en el que intervienen además, el SENASA y el Ministerio de Desarrollo Agrario de la provincia.

La pandemia obligó en cierto modo a los puesteros a organizarse, a salir a vender por tandas, a introducir hábitos de higiene y optimizar la limpieza en baños, el uso de productos de limpieza personal regular (lavado de manos, alcohol en los puestos), comprendiendo que se ponen en riesgo si los baños no están limpios (en sus viviendas tienen baños precarios con letrinas). Se logró instalar gracias al trabajo permanente del técnico de SENASA el concepto de seguridad e higiene, no sólo pensando en el consumidor como prioridad. Se tiende al concepto de “mercado modelo”, porque las personas que circulan allí interactúan muchas horas diarias. Se comenzó a reutilizar el compost, para que genere valor agregado en beneficio del mercado o de otros componentes del sistema productivo. El municipio ya tiene implementado un programa de reciclado en el cual en días específicos se debe sacar lo reciclable en la basura domiciliaria (plástico, cartón y vidrio). En el mercado se coloca en un tacho grande que retira el municipio, cuando antes de la pandemia, esos residuos quedaban tirados varios días en el predio del estacionamiento, acumulando plagas y roedores. El residuo se transforma en valor, considerándose insumo para fabricar otras cosas. En una de las últimas reuniones de la Asociación, en mayo 2021, se planteó trabajar con los residuos⁸, porque alrededor de los

⁸ La Res 317 del Organismo Provincial para el Desarrollo Sostenible (OPDS) de la provincia de Bs As, protocoliza una guía de procedimientos para tratar residuos, diferenciando los secos/húmedos y reciclables/no reciclables.

contenedores donde se tira la verdura no vendida se junta gente a remover para llevarse algo, y hay que evitarlo para que no se enfermen consumiendo esa verdura pasada, se pretende organizar un sistema de que la gente espere y se les pueda entregar en condiciones la mercadería sobrante del día, involucrando a la cooperativa de changadores, conjuntamente con la Comisión Directiva de la Asociación y la Secretaría de Producción del municipio.

Además de restringir el movimiento de los operadores tradicionales del mercado (puesteros y changarines), se suspendió el ingreso de técnicos, investigadores y público en general, que solía concurrir a realizar compras al por mayor⁹. Sólo concurren desde marzo 2020 el técnico de SENASA (tres veces por semana); el administrativo de la Asociación (quien está en el mercado todos los días) y el Secretario de Producción del municipio.

A mediados de 2020 se intentó presentar un proyecto a la convocatoria PROCANOR¹⁰, en una articulación entre técnicos y funcionarios de la EEA AMBA INTA, la Asociación Saropalca, el municipio, la Universidad Nacional de Hurlingham y la Universidad Nacional de La Matanza, a fin de construir dentro del predio un sector de agregado de valor a las hortalizas y frutas que allí se venden, así como implementar un contenedor itinerante para vender productos del mercado en distintos puntos del partido de Morón. Sin embargo, luego de varias reuniones virtuales de los representantes de estas instituciones, la postulación del proyecto no pudo concretarse por la dificultad de reunir a los socios de manera virtual y de reunir las firmas necesarias para comprometer su participación.

En relación al grupo “Integración”, si bien el manejo de redes sociales como wasap y Facebook es muy complicado para los productores feriantes, aún a más de un año y medio de pandemia (lo que dificulta enormemente realizar reuniones grupales), el Promotor se comunica con ellos mediante un grupo wasap. La pandemia retrasó el

⁹ Por ello la autora no pudo volver a visitar el mercado desde marzo 2020 con su equipo y se suspendieron las reuniones presenciales del grupo “Integración”.

¹⁰ El PROCANOR, Programa de inserción económica de los productores familiares del norte argentino, financia inversiones colectivas e intra finca para mejorar la capacidad de los pequeños productores y para que organizaciones, grupos y comunidades se fortalezcan mediante asistencia técnica, capacitación y generación de alianzas estratégicas. La autora participó en el armado de la descripción técnica del proyecto que se iba a presentar a la convocatoria 2020.

trabajo en las fincas, por la dificultad de realizar asesoramiento técnico de manera virtual (mediante un audio o un video con consultas de los productores feriantes). Las acciones que se venían realizando para la transición agroecológica se vieron interrumpidas o demoradas, y esto a su vez demoró la consecución del cumplimiento de los siete puntos de las BPA, ya que debe tener espacio físico, realizar análisis de agua, estar registrado en el sistema, se deben constatar que siga las indicaciones de los membretes de los agroquímicos, y controle los períodos de carencia. Y todo esto se realiza si se los puede visitar, mediante la observación se constata si se está cumpliendo esto o si hay que realizar ajustes. El plan a mediano plazo es que manejen la biodiversidad y conceptos de manejo integrado de plagas, ya que el productor hortícola convencional maneja la calidad comercial, no la calidad real. Se requiere trabajar con los consumidores, y con nutricionistas que puedan concientizar sobre los alimentos que comemos.

“Hay que cambiar el concepto de monocultivo hortícola, bajar la carga de agroquímicos que se aplican, identificar cuál es la maleza y ver cómo intentar que conviva el cultivo comercial con la llamada mala hierba, identificar los bichos beneficiosos y diferenciarlos de los que pueden afectar al cultivo. Actualmente falta mano de obra necesaria para realizar este trabajo de transición agroecológica, tal vez los hijos de estos productores tomen y fortalezcan este camino. Se debe transmitirles que al no pagar agroquímicos, en la cuenta de rentabilidad de la finca les queda margen financiero para contratar mano de obra externa a la familia”. (promotor grupo “Integración”)

De este modo, se constata que el mercado Saropalca encontró la alternativa para comercializar durante la pandemia, prácticamente sin casos de covid y continuando con los volúmenes tradicionales de operaciones.

Reflexiones finales

El enfoque institucional del INTA se focaliza en capacitar productores sobre la normativa vigente para formalizar la producción hortícola. Sin embargo, la intervención realizada en Saropalca tiene la tradicional idea de desarrollo local/territorial de la institución, como “un proceso de construcción social, implementado por los actores del territorio que apunta a la generación de

capacidades locales para aprovechar los recursos propios y movilizarlos hacia la satisfacción de las necesidades y los problemas de la comunidad" (INTA, 2006:5). Considerando las políticas sociales y las intervenciones de desarrollo como procesos continuos, negociados y socialmente construidos que incluyen iniciativas tanto "desde abajo" como "desde arriba" (Long, 1992), la intervención analizada se constituye a partir de un complejo conjunto de relaciones, intereses e ideas socialmente definidas por los distintos actores implicados. El "modelo de grupo" sostenido por el programa, intenta considerar las relaciones de poder existentes entre los productores, así como reconocer y articular las formas sociales existentes con su propia estrategia de intervención. Este proceso se visualiza como una compleja arena de conflicto y negociación, tanto al interior del grupo como entre los integrantes del grupo y los agentes externos (investigadores que colaboran con la implementación del programa Cambio Rural, técnico de SENASA, promotor de INTA, funcionarios municipales).

La intervención del Estado en este sector de la economía popular (mediante subsidios, asignaciones, políticas de redistribución del ingreso) mejora las posibilidades de consumo de sectores populares, pero constituye a su vez y paradójicamente, transferencias hacia el capital concentrado, porque fomenta el consumo en las grandes cadenas supermercadistas. Las relaciones de fuerza entre los actores en un contexto dado, modelan en cierto modo la regulación por parte del Estado de la tendencia hacia esta concentración económica. Por ello la importancia de haber creado un grupo de un programa nacional de desarrollo como Cambio Rural, dentro de este mercado analizado.

Por otra parte, el abasto alimentario de la producción periurbana al Área Metropolitana de Buenos Aires durante la pandemia evidenció dificultades y problemas en la distribución y logística (peligro real de desabastecimiento durante los primeros meses de cuarentena), control de precios, cambios de hábitos del consumidor (acostumbramiento a entrega a domicilio, cocinar en casa, aprender a manejar redes sociales) y en la actividad de los mercados concentradores (ante el avance de los mercados locales como nueva forma de comercialización) (Barsky y Ami, 2020). Los desafíos territoriales del periurbano bonaerense (Feito y Barsky,

2020) se agravaron por ser la zona de mayor circulación del virus del país, en la que debieron definirse las mayores restricciones de aislamiento de las personas¹¹. En este contexto, la importancia de los mercados concentradores fue fundamental, a pesar de las dificultades en sus operaciones, ya que estos centros de concentración de personas quedaron por el riesgo de contagios en la denominada “primera línea” de pandemia, junto con los geriátricos y las instituciones de atención de la salud.

En el caso del mercado Saropalca, no se podría haber gestionado la implementación de los protocolos covid19 sin el trabajo previo de la conformación del grupo de Cambio Rural Integración, así como sin el trabajo de articulación con la Comisión Directiva de la Asociación que realizó el municipio de Morón desde comienzos de 2020.

La pandemia también evidenció que la comercialización de alimentos es una especie de “punto ciego” de contacto entre productor y consumidor, faltando trabajos que analicen esto. Por ello destacamos la importancia de la AF en el proceso de creación de las cadenas cortas de comercialización, que permiten mejorar tanto la renta de los productores como las condiciones de alimentación de la población, así como otorgan alternativas al desarrollo de los territorios (Feito, 2020; Caracciolo, 2015). Proponemos abandonar la discusión “circuitos cortos vs. circuitos largos” de comercialización, analizando opciones que permitan el acceso de alimentos sanos, inocuos y de calidad a la totalidad de la población, tales como este mercado que presentamos. El tejido de una diversidad y un entramado de políticas, evidencia una falta de política metropolitana regional que permita la generación de nuevas posibilidades y competencias, a la vez que limitantes al acceso a la soberanía y seguridad alimentaria de la población. De allí la importancia de investigaciones que originen material para poder actuar para la construcción política en contexto de pandemia y pospandemia.

Concluimos que, en el marco de la pandemia y pospandemia, nuevas herramientas de gestión local permiten consolidar el futuro éxito de este tipo de experiencias, que

¹¹ El Area Metropolitana de Bs As está conformada por 39 partidos del conurbano bonaerense, más la Ciudad Autónoma de Bs As, conteniendo una población de 14,5 millones de habitantes, un cuarto de la población total del país.

repercuten en la creación y consolidación de lazos sociales y sentido de pertenencia y valorización de la comunidad local.

Referencias bibliográficas

- Alcoba, D. y Dumrauf, S. (comps.) (2011). *Del productor al consumidor. Apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la Agricultura Familiar en Argentina*. Bs As, Argentina: Ediciones INTA.
- Barsky, A.; Ami, M. E. (2020). *Afectación en la Operatoria de los Mercados Mayoristas Frutihortícolas del AMBA ante el Advenimiento del COVID-19: Primeras Aproximaciones*. En: *Prevención y monitoreo del COVID-19 en municipios del Conurbano Bonaerense desde una perspectiva multidimensional*. Proyecto de investigación apoyado por la Agencia I+D+i. Los Polvorines, Argentina: Universidad Nacional General Sarmiento.
- Caracciolo, M. (2015). *Situación de la institucionalidad de apoyo a la innovación comercial y de los procesos de gestión comercial de la agricultura familiar en la Argentina*. Bs As, Argentina: IICA. Disponible en: <http://www.iica.int>
- Caracciolo, M. (2019) *Espacios comerciales alternativos de la agricultura familiar: criterios para su análisis y diferenciación*. En: Viteri, M.L; M. Moricz y S. Dumrauf (comps.) *Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo*. Bs As, Argentina: Ed INTA.
- Castro, D. (2013). *Consolidación para la organización del desarrollo productivo de pequeñas explotaciones hortícolas: el caso de la Cooperativa 2 de Septiembre del Pilar*. En M. C. Feito (comp.) *Migrantes bolivianos en el periurbano bonaerense. Memorias, producciones, políticas, trabajo, tecnología y organizaciones*. Bs As, Argentina: Ed. INTA/Fundación Xavier Albó.
- Feito, MC (2014). *Ruralidades, agricultura familiar y desarrollo. Territorio del Periurbano Norte de la provincia de Buenos Aires*. Bs As, Argentina: Ed La Colmena.

- Feito, M C (2016). Aportes para una ley nacional: rol de la agricultura familiar para el desarrollo rural argentino. *Revista Márgenes. Espacio Arte y Sociedad*, Vol 13, N 18, págs. 61-71. Universidad de Valparaíso, Chile. ISSN 0718-4034.
- Feito, MC (2019). Gestión local para comercialización de la agricultura familiar: el programa Cambio Rural en el mercado “Saropalca” de Morón, provincia de Buenos Aires, Argentina. En: Domínguez Márquez, J. A. y Llamas Chávez, J. L. (comp.) *Hélices y anclas para el desarrollo local*. Cartagena de Indias, Colombia: Ed Consorcio Universidades Huelva-Cartagena de Indias. Pág 1.354-1.364 (ed, digital).
- Feito, MC (2020b) La Agricultura Familiar en la cuestión alimentaria en Argentina. Proveedores fundamentales del mercado interno. En: Padawer, A. (comp.) *El mundo rural y sus técnicas*. Bs As, Argentina: Ed. FFyL-UBA. Pp. 471-501.
- Feito, MC y Barsky, A. (2020): Periurbano (Argentina, 1985-2020). En: Salomón, Alejandra y Muzlera, José (comps). *Diccionario Iberoamericano del Agro*. Bs As, Argentina: Ed Tesseo Press. Pp 899-911.
- Guber, R. (1991) *El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Bs As, Argentina: Ed. Gedisa.
- INTA (2006) *Programa Nacional de Apoyo al Desarrollo de los Territorios*. Coordinación Nacional de Transferencia y Extensión. Bs As, Argentina: Ministerio de Agricultura.
- Long, N. (1992): From paradigm lost to paradigm regained? The case for an actor-oriented sociology of development. En: Long N. y Long A. 1992 *Battlefields of Knowledge. The interlocking of theory and practice in social research and development*. UK: Routledge.
- Manzanal, Mabel, María Ximena Arqueros, Mariana Arzeno, & María Andrea Nardi (2009). Desarrollo territorial en el norte argentino: una perspectiva crítica. *Revista EURE Revista de Estudios Urbano Regionales* [Online], 35.106
- Marasas, M. et al. 2012. *El camino de la transición agroecológica*. Bs As, Argentina: Ed INTA.
- Rivero Sierra; F. (2015): El “comunitarismo” de los Saropalqueños y el “individualismo” de los Calileños. Pistas para entender distintas lógicas

migratorias entre los Toropalqueños de Potosí, Bolivia. En: *Odisea. Revista de Estudios Migratorios*, N° 2, 8 de octubre de 2015.

Ricca, A.; Feito, MC. y Vera, N. (2021) Comercialización de la agricultura familiar en Argentina como herramienta para el desarrollo territorial: las ferias ITU-AMBA y UNLAM. En: Eva Menardi (comp.) *II Congreso Internacional de Desarrollo Territorial. Nuevos desafíos en la construcción de los territorios. Los desarrollos en América Latina*. Bs As, Argentina: EduTecne.