

PROMOCIÓN DE PRODUCCIONES TÍPICAS: un enfoque territorial con productores familiares de la región rioplatense, Argentina

Irene Velarde

Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Juan José Garat

Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Mariana Marasas

Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata, Argentina

I.- INTRODUCCIÓN

La difusión de paquetes tecnológicos cada vez más insumo-dependientes, la pérdida de biodiversidad y la disminución de la calidad de vida de los estratos medianos y pequeños del campo han llevado a replantear, en ciertos ámbitos, los modelos de intervención. En este sentido, desde la universidad existió la necesidad de adecuar las estrategias de extensión que tradicionalmente se vienen llevando a cabo en el sector agropecuario basadas en la formulación exógena y descendente de objetivos y con un sesgo en lo productivo y/o asistencial. La propuesta diseñada desde la Facultad de Ciencias Agrarias de Río de la Plata se basa en la construcción colectiva de las estrategias a desarrollar, superando los planteos tradicionales. En este contexto, la intervención situada desde el desarrollo local, promovida a través del rescate de productos típicos, resulta una alternativa válida para generar mejores condiciones de vida y de producción a dichos productores.

El cordón verde platense se ha destacado por el desarrollo de actividades agrarias destinadas a satisfacer el consumo de un conglomerado urbano en permanente expansión. Entre las producciones más destacadas, la horticultura y la producción de vid para la elaboración de vino, a cargo de productores de tipo familiar, han sabido mantener una producción de carácter artesanal y local.

En este trabajo se pretende estudiar las potencialidades y restricciones de estos sistemas productivos, así como establecer las posibles conexiones entre los aspectos de transformación, comercialización y consumo; con ello se pretende proponer alternativas de desarrollo de carácter "ascendente", como las implementadas en la Unión Europea en los ochenta, acordes a las características de la zona.

II.- ASPECTOS CONCEPTUALES DEL ANÁLISIS

II.- 1. EL DESARROLLO LOCAL

Pensar el desarrollo rural desde la perspectiva del desarrollo local obliga en principio a definir, desde el punto de vista conceptual, de qué se habla realmente cuando se habla de desarrollo local, para luego incursionar en definiciones de carácter más instrumental.

En los últimos tiempos, los autores han asistido a la reconceptualización de la idea de desarrollo rural. El desarrollo rural, como sinónimo de crecimiento, asimilado a la idea de modernidad, dominó el escenario latinoamericano de las políticas agrarias desde la década de los cincuenta. Propuestas como Desarrollo de la Comunidad, las políticas de reformas agrarias, a instancia de la Alianza para el Progreso, la Revolución Verde y las políticas de Desarrollo Rural Integrado, con diversos matices, han concedido a la idea de la modernización de los espacios rurales (Barsky, 1990), el carácter de herramienta básica para mejorar la calidad de vida de la población rural. Esta modernización implicaba, en la mayoría de los casos, el reemplazo de los "viejos" modelos por todo un conjunto de instrumentos que garantizarían la superación del atraso en que vivía la mayoría de los pequeños productores agropecuarios. La introducción de paquetes tecnológicos que implicaban variedades mejoradas, híbridos, maquinaria moderna, insumos, etc. diseñados para otros modelos de producción, generó incrementos en la producción a costa de aumentar la brecha entre quienes efectivamente pudieron apropiarse de los paquetes propuestos y quienes por cuestiones culturales, socioeconómicas, entre otras, no pudieron integrarse al circuito moderno.

Con el tiempo, la idea de desarrollo asociado a crecimiento fue revisada y cuestionada por aquellos que veían que eran relativamente pocos los beneficiados por este enfoque modernizante, y que por otro lado, en función de la adopción de técnicas y tecnologías ajenas al medio socioproductivo, se perdía una forma de pensar y de producir sostenidas durante años. Así, nuevos enfoques se desarrollaron, surgidos fundamentalmente de la revisión de la concepción anteriormente citada, así como del debate que se daba sobre el lugar que debía ocupar la tecnología, el conocimiento local, la potencialidad de las comunidades para promover su propio desarrollo. Ahora se hablaba de desarrollo, no sólo como incrementos productivos, sino como una mejora en la calidad de vida distribuida más equitativamente, la democratización de la toma de decisiones, el fortalecimiento de la sociedad civil, la conservación de los recursos naturales, etc. Estos eran los elementos comunes a la discusión. Y varios términos se utilizaron para distinguir este nuevo concepto de desarrollo: Desarrollo Endógeno, Desarrollo Autosostenido, Desarrollo Local, cada uno haciendo hincapié en algunas variables determinadas más que en otras.

El presente trabajo se ocupa del caso del concepto de Desarrollo Local, que si bien reconoce que como cuerpo teórico toma elementos de otras conceptualizaciones acerca del desarrollo, tiene la virtud de reunir el espacio, la historia, las identidades locales así como la producción y la economía de una región, de un territorio, como elementos a ser analizados conjuntamente para promover políticas de desarrollo rural. No obstante, si se apegara a la idea de desarrollo local que previamente se ha definido, lo urbano no sería excluyente. Aquí al medio (rural, urbano o ambos) lo define el espacio sobre el cual se trabaja.

En la investigación se consideran cuatro dimensiones que intervienen al momento de distinguir las estrategias de desarrollo local (Arocena, 1995):

- **La dimensión territorial:** tomada en un sentido amplio, no sólo existe como un espacio geográfico, sino que ese espacio está ocupado por personas atravesadas por diversos planos: social, histórico, técnico-productivo, cultural, económico, porque lo propiamente geográfico, que define condiciones agroecológicas de producción, es dinamizado por los aspectos socioculturales que definen a la zona y que configuran un aspecto básico para diferenciar un producto. El resultado se traduce en un área con una multiplicidad de actores, con variados intereses, pero responsables, voluntaria o involuntariamente, de la construcción común de ese territorio. En esta construcción local del territorio se expresa la identidad local.

- **La identidad local:** producto de una historia marcada por hechos y personas, propios y/o ajenos al territorio, rescatar la identidad local es una condición necesaria para promover procesos de desarrollo local. Los procesos que marcan la evolución de las sociedades locales, las referencias comunes, la construcción colectiva de la localidad, más allá de sus límites geográficos, dejan una impronta sobre la que se depositarán todas las a

cciones señaladas para promover el desarrollo. La misma no siempre es reconocida por los sujetos sociales conformando un conjunto de conceptos, percepciones, significados y actitudes que los individuos de un grupo social comparten, sin ser necesariamente explícitos. Es parte de una estrategia de desarrollo local el reconocimiento de la identidad local como una manera de objetivar la diversidad y especificidad de aspectos que la integran.

Como proceso de construcción social, la explicitación de los elementos que la componen (valores, creencias y normas) permiten generar sinergias que favorecen este proceso.

- **El conocimiento local:** rescatamos el conocimiento local en tanto producto del saber cotidiano de una comunidad. Este saber cotidiano es a la vez una categoría objetiva como normativa. Objetiva porque la suma del saber cotidiano de una época, de un estrato social, es relativamente independiente de lo que de tal saber se convierte en patrimonio de un solo sujeto. Y es normativa porque para que un estrato o integración cumpla su función, es la totalidad de tal estrato o integración la que debe apropiarse de ese saber cotidiano. Así, los saberes compartidos por generaciones, generadores de una cultura, de producciones típicas de un área, etc., definen la forma en que una sociedad local produce conocimiento y asimila información producida en otras áreas.

- **El espacio tecnológico:** Herrera (1981) define al espacio tecnológico como el «conjunto de condiciones y restricciones que una tecnología debe satisfacer para responder a una necesidad»; así la propuesta tecnológica que debería contener todo proyecto de desarrollo local, tiene que reunir una serie de requisitos que hagan viable la propuesta desde el punto de vista tecnológico.

Estas condiciones y restricciones se resumen en tres grandes grupos: condiciones socioeconómicas del área en estudio, las soluciones locales ensayadas y recursos naturales propios de la región. La primera es excluyente y se refiere al análisis de las características socioeconómicas, su historia productiva, las redes de relaciones de los actores directa o indirectamente vinculados al territorio. A partir de la misma se define correctamente la necesidad de una respuesta tecnológica o de otra índole en el espacio en donde se propone avanzar en un proyecto de desarrollo local.

Por su parte, las soluciones locales se basan, según Herrera, en las respuestas que los actores de una comunidad encontraron a diversos problemas que surgieron a lo largo de su historia. O sea, que soluciones tecnológicas siempre han existido, más allá de ofertas tecnológicas, apropiadas o no. Revisar cómo una determinada comunidad ha sintetizado técnicas de manejo en función de prácticas culturales propias y ajenas, es sumamente útil para comprender la dinámica de los procesos productivos locales.

Por último, habría que estudiar los recursos naturales propios del área de trabajo. Como un recurso natural implica el

aprovechamiento de la naturaleza en un determinado contexto sociohistórico, avanzar en el reconocimiento de las características del ambiente en función de las necesidades propias de la comunidad garantizaría un uso apropiado de los recursos.

Analizar las demandas tecnológicas alrededor del concepto de espacio tecnológico permite, a través de sucesivas aproximaciones, definir una propuesta más acabada, y permitirá distinguir aquellas opciones tecnológicas más afines a las necesidades de la comunidad, sin descartar ninguna sugerencia a priori.

Estas cuatro dimensiones juegan de manera dinámica en el espacio en cuestión, como se señalaba anteriormente, por la diversidad de actores involucrados. Reconocer esta diversidad es un elemento clave para promover estrategias de desarrollo local, ya que hablar de desarrollo local implica involucrar a todos aquellos que tienen un lugar en la dinámica económica y social del área. Asimismo, esta pluralidad implica necesariamente reconocer los múltiples puntos de vista, síntesis de la historia personal, social y de las trayectorias institucionales localizadas en el área de trabajo.

Luego, desde el punto de vista operativo, las propuestas de desarrollo local pueden situarse cercanas a estrategias de investigación-acción o bien investigación participativa, precisamente por los recursos instrumentales necesarios para promover espacios de diálogo y discusión, para superar la situación de propuesta y alcanzar la categoría de proyecto; porque, como dice De Casabianca (1992), "el término mismo de 'proyecto' de desarrollo, implica una intención de producir un efecto y no debería ser utilizado cuando no ha surgido de los agentes potenciales de este desarrollo. Se debería, en estas situaciones, hablar de 'estudios' en vías de preparar el desarrollo o de 'propuestas' para el desarrollo, pero en ningún caso de 'proyectos'".

II. 2. CAMBIOS EN EL SISTEMA AGROALIMENTARIO Y PRODUCTOS TÍPICOS

LA ACTUALIDAD EN EL SISTEMA AGROALIMENTARIO

La visión sectorial de un agro aislado, autónomo y propulsor de la economía ha sido modificada por la concepción de los complejos agroindustriales, donde el agro queda subordinado a la industria y en el largo plazo lo absorbería. Esta prognosis evolucionista se originó en el análisis de la experiencia histórica de la transición del feudalismo al capitalismo en Europa, y no explica las transformaciones de los sistemas agroalimentarios actuales.

El sistema agroalimentario internacional se encuentra en un proceso de cambio: de un modelo de producción y consumo masivo se ha extendido por diferentes escenarios (global, suprarregional y nacional), mostrando una heterogeneidad creciente en sus distintos componentes (Llambí, 1993). En este trabajo se partió de una concepción de sistema agroalimentario integrada, donde los eslabones de la cadena o fases están interconectados, ejerciendo influencias y sinergias entre sí. A lo

largo de ese proceso, las distintas fases del sistema se van interrelacionando, modificándose mutuamente y adaptándose continuamente a los cambios que se producen en alguna de ellas. Así la fase agraria está conectada hacia adelante y hacia atrás con la fase industrial, y ambas están vinculadas con la distribución, que en muchos casos ha resultado ser el "centro de órdenes" del sistema agroalimentario (Green y Rocha, 1992).

El análisis sistémico se completa con la fase del consumo, que es entendida como un importante estímulo a las fases anteriores. El consumidor no es un ser pasivo que se adapta a la oferta agroalimentaria, como lo fue en la postguerra, sino que es activo y exigente demandante. El resultado de las transformaciones ocurridas en los últimos veinte años es la coexistencia de un mercado de productos masivos y de productos diferenciados. En este sentido, la oferta alimentaria pasa a ser matricial (Green, 1990); es decir, por cada tipo de producto alimentario (bebidas, carnes, panificados, etc.), hay una gran cantidad de productos que oscilan desde los poco transformados y a bajo costo, a muy transformados y a precios elevados. El consumidor opta por el perfil de consumo que le es propio y varía de acuerdo con sus preferencias, productos naturales, precios en el mercado, etc. Él mismo identifica un tipo de producto con un tipo de gusto, a la vez que pesan más en el consumo los imaginarios que remiten a la naturalidad, la historia, la autenticidad, entre otros factores.

"Al nivel de la demanda se observa una progresiva segmentación de los mercados de bienes alimentarios. En este contexto se consolida la tendencia hacia consumos de calidad, típicos y artesanales, derivados de las exigencias de los consumidores de mayor nivel de renta, sobre todo en los países más desarrollados e industrializados" (Fanfani y Montresor, 1992). El paradigma de la cantidad tiende a ser reemplazado por el de la calidad en especial cuando se trata de productos alimenticios.

En este trabajo se entiende por calidad al conjunto de propiedades de un producto que permiten identificarlo y distinguirlo de otros productos, sin que tenga que haber necesariamente una connotación de valoración de excelencia (Cartay, 1998). Los productos de la tierra, tradicionales, caseros o artesanales, con rasgos naturales u orgánicos entran en la discusión de la calidad, privilegiando otras dimensiones que la vinculada a los aspectos visuales.

En los casos de interés para el presente estudio, la diferenciación va unida al origen territorial del producto alimenticio; de arraigo a la tierra, a la naturaleza, a los valores culturales asociados a la tierra, a la «ruralidad»; de arraigo al concepto de prestigio, asociado a los conocimientos del origen geográfico, a la gente, a la tradición, al saber gastronómico y a la calidad intrínseca del producto (Espeitx, 1996). El concepto de territorio definido en el apartado anterior, aporta los elementos que se consideran válidos para delimitar un producto. Así, es facti-

ble definir a un producto típico como aquel que "(...) debe hallarse ligado espacialmente a un territorio y culturalmente a unas costumbres o modos, con un mínimo de permanencia en el tiempo o antigüedad, y debiendo poseer características cualitativas particulares que le diferencien de otros productos" (Caldentey y Gómez, 1996).

De esta manera, se observa que el espacio ocupa un papel importante en la definición de cierto tipo de consumo: el de los productos tradicionales. En Argentina, el reconocimiento hacia este tipo de producciones es incipiente. Sin embargo, si se consideran las pautas de consumo urbanas "globalizadas", con su tendencia a la homogeneización, bien puede pensarse que ciertos sectores de la población pueden coincidir con el comportamiento de similares sectores de los países desarrollados, especialmente la Unión Europea (Garat y Vega, 1999).

En la Unión Europea se observan un conjunto de medidas que dieron como resultado la identificación y protección de diferentes productos, estableciendo reglamentaciones e inventarios de dichos productos. Actualmente se han catalogado unos 4.000 productos tradicionales, típicos o de la tierra, que representan un 7,4% del volumen del mercado alimentario europeo (Cartay, 1998). En los inventarios se han tenido en cuenta la historia, situar a los productos en el tiempo, desde cuándo y por qué son conocidos, lo sensorial, evaluar sus propiedades organolépticas, el grado de satisfacción que producen, etc.; también se considera lo socioeconómico, que da cuenta de la organización de las empresas productoras o procesadoras, la comercialización, distribución, expectativas de los consumidores, etc.

En todos los casos, los sellos de calidad como las denominaciones de origen protegidas (DOP), las indicaciones geográficas protegidas (IGP), entre otras, habilitan avanzar en la diferenciación de productos, que permite desde el punto de vista de los consumidores acceder a aquellos que brinden un mayor grado de satisfacción; y en el caso de los productores, crear un nicho de mercado con mejores precios y ventajas cercanas a una situación de competencia monopolística. En la Argentina, dos son los instrumentos que permiten la apropiación de la diferenciación como un activo intangible. Esto ocurre tanto con las marcas registradas como con las indicaciones geográficas (denominaciones de origen o indicaciones de procedencia) que brindan seguridad jurídica a la diferenciación (Ley 25.380).

Pero para avanzar en acciones tendientes a promover estas producciones, es necesario distinguir aquellas aptas para considerarlas como típicas o tradicionales, como está descrito más arriba. Las tendencias citadas marcan la posibilidad de que productos como los que se describen en el siguiente apartado (el tomate platense y el vino de la costa), puedan encontrar un nicho de mercado que favorezca a los productores y en consecuencia a la comunidad rioplatense.

III. LOS CASOS DEL TOMATE PLATENSE Y EL VINO DE LA COSTA

CONTEXTO HISTÓRICO

La decisión política de la fundación del núcleo urbano de la ciudad de La Plata como capital de la provincia de Buenos Aires (año 1892), tuvo gran influencia en el desarrollo de las dos actividades que conforman los actores socio-productivos de ambos casos: los quinteros y los viñateros; aunque es válido aclarar que sus comienzos corrieron por caminos paralelos.

La actividad vitivinícola tuvo su comienzo fundamentalmente en la costa del Río de La Plata, próxima al, entonces, pueblo de Berisso, distanciado a unos 15 kilómetros de La Plata. Su nacimiento obedeció a la llegada a sus costas de inmigrantes de origen europeo, que traían entre sus pertenencias las técnicas de producción y elaboración de vino para autoconsumo. Su incipiente desarrollo prosperó con cierta independencia de los acontecimientos que resultarían en la fundación de la nueva capital provincial.

Por su parte, la actividad hortícola fue una consecuencia directa de dicha fundación, al generarse en pocos años un núcleo urbano necesitado de consumir verduras y frutas frescas. Con el tiempo, el rápido incremento de la población, la creación de industrias, la consolidación de La Plata como centro de la administración provincial, junto con dependencias nacionales como la Universidad, etc., fueron estructurando espacialmente al Gran La Plata. Y la necesidad de satisfacer una demanda creciente, así como las particularidades que tenía esa demanda, fueron un acicate que dinamizaron estas actividades, hasta llegar a cubrir buena parte de las necesidades.

En ambos casos, el estudio se inicia con el acercamiento a productores que aún mantienen en sus sistemas productivos, vides para la realización del tradicional vino de la costa en Berisso y por otro lado, productores que buscan en la producción de tomate platense un nicho de mercado que les permita paliar su crítica situación actual¹.

En sus experiencias, los autores deben hacer una distinción de acuerdo con el lugar que ocupan ambos productos en el momento de comenzar las acciones. El tomate platense, como variedad botánica y cultivo masivo, fue desplazado del mercado por materiales híbridos hace aproximadamente 20 años. Éstos irrumpen en el mercado mejorando algunos aspectos que eran considerados como negativos para su producción: la falta de uniformidad en los frutos, problemas fisiogénicos que se traducían en rajaduras, malformaciones, etc., y su bajo rendi-

1 El presente artículo parte de los siguientes proyectos de extensión universitaria: "Los viñateros de Berisso: gestión del desarrollo local y agroecológico"; y "Rescate y difusión del tomate platense" (1999-2001). En ambos proyectos se trabaja conjuntamente con productores familiares descapitalizados, estudiantes de Ingeniería Agronómica y Ciencias Naturales, coordinados por docentes-investigadores de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la Universidad Nacional de La Plata.

miento comercial. Múltiples son las razones por las cuales los productores adoptan otros materiales genéticos, pero lo cierto es que en ese reemplazo, no sólo se adoptan materiales más modernos, sino que ello viene acompañado de otras técnicas de manejo, diversos insumos, etc., que «industrializan» la producción de tomate. La consecuencia de la progresiva substitución es la desaparición prácticamente del tomate platense, reconocido hoy por su sabor y por un manejo de carácter "artesanal".

Para el vino de la costa, la superficie media implantada con viñedos en la zona de Berisso decayó más de un 70%, al tiempo que los rendimientos por planta bajaron a la mitad debido al abandono de labores culturales, y el volumen de vino producido en promedio por establecimiento declinó en alrededor del 80%. Lo distintivo es que para los productores de Berisso no existió un proceso de innovación tecnológica que modificara aquel sistema productivo tradicional. La producción decayó, pero los que continuaron produciendo mantienen la forma de producir de sus antecesores. Este conocimiento tradicional se transforma en una ventaja competitiva cuando se piensa en la reactivación de un producto con la base agroecológica existente, que permite que perduren procesos biológicos diversos. Este es sin duda el punto de partida, que junto con el aporte de nuevos conocimientos, permitirán resolver algunos de los graves problemas que enfrentan actualmente los productores de vino (Marasas y Velarde, 2000).

PROMOCIÓN DEL DESARROLLO LOCAL A TRAVÉS DE PRODUCTOS TÍPICOS

Tanto el vino de la costa como el tomate platense se ajustan a la denominación de típicos. Las características edafoclimáticas del territorio en que son producidos les imprimen ciertas particularidades. En el caso de la producción de uva, adaptada a la baja heliofanía y las inundaciones periódicas del Río de La Plata, se generó un producto caracterizado por su aroma frutado, mayor acidez y menor graduación alcohólica. Estos atributos dan como resultado un vino diferenciado.

En el caso del tomate, el clima, el suelo y varios insumos "locales", junto con los conocimientos y la experiencia de los productores, determinaron que este cultivo no sólo se adaptara, sino que se adoptara. A su vez, la denominación de **platense** surge del reconocimiento que le dio la comunidad. En cuanto a su calidad, hay dos razones determinantes que hacen de este cultivo un producto cualitativamente distinto: su condición de variedad y el proceso productivo fruto de la selección y los aportes sintetizados a través del tiempo. Como resultado se obtiene un producto con características organolépticas propias que lo distinguen de otros tomates del mercado y que es recordado y buscado por los consumidores.

Para ambos productos, si bien aún no se cuenta con protocolos de producción que "legalicen" su diferenciación, son los mismos consumidores los que los distinguen de otros de carácter masivo.

IV. CONSIDERACIONES DEL TRABAJO DE CAMPO

Los proyectos fueron presentados a la convocatoria anual de la Universidad Nacional de La Plata para su financiación, sin desmedro de iniciar las acciones de motivación y conformación de los grupos de productores. En el caso del Proyecto de Rescate y Difusión del Tomate Platense, la idea básica era la de rescatar un cultivo con tradición en la zona, a partir de material genético conservado por los propios productores, adaptado a las condiciones edafoclimáticas de la región. Precisamente este producto, el tomate platense, fue «construido» a través de décadas por los tradicionales quinteros, que campaña tras campaña, seleccionaban de las mejores plantas las semillas para reiniciar en la próxima temporada su cultivo, pero que en las últimas dos décadas fue reemplazado por materiales híbridos.

Los objetivos del proyecto se resumen en:

- Revalorizar el cultivo de tomate, variedad platense, como producto de nuestra región.
- Promover la conservación *in situ* de las poblaciones localizadas de tomate platense.
- Adopción, por parte de los productores beneficiarios, de las técnicas de producción y mercadeo desarrolladas y evaluadas grupalmente, que buscaban rescatar el cultivo de tomate platense como producto diferenciado y adaptado a las condiciones productivas y tecnológicas de la producción familiar. Precisamente este tipo de productor fue el que construyó el "tomate platense".

Las acciones que se llevaron a cabo en el proyecto estuvieron dirigidas a formalizar un grupo de productores que produjera tomate platense; a realizar un ensayo comparativo entre las poblaciones rescatadas en el área de influencia de la Facultad; y, finalmente, a institucionalizar el producto a través de acciones en la Municipalidad de La Plata, el Ministerio de Asuntos Agrarios de la Provincia de Buenos Aires (hoy Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación), entre otros. Estas tareas se desarrollaron durante el último semestre del año 1999 y los primeros meses del año 2000.

El proyecto «Los viñateros de Berisso: gestión del desarrollo local y agroecológico» se originó luego de un homenaje a los viñateros que se realizó a fines de 1998. Este evento facilitó la iniciativa de conformar un grupo de productores de vino de la costa que a partir del año 1999 comenzaron a reunirse periódicamente de manera de reactivar y consolidar, a partir de la capacitación, la discusión y revalorización de las propias experiencias, una tradición familiar de fines del siglo pasado. La finalidad del proyecto presentado a la Facultad era: "Construir juntos, productores, docentes y estudiantes una experiencia grupal que permita evaluar la posibilidad de reactivar la producción de vino de la costa con base en iniciativas locales que tomen como punto de partida el rescate de las producciones agroalimentarias típicas y agroecológicas del área".

ASPECTOS METODOLÓGICOS

En ambos proyectos se privilegia el tratamiento grupal de los temas sobre los que se prioriza trabajar, como forma de potenciar los aportes de cada uno de los involucrados. Los grupos se conformaron para el caso del vino de la costa con 9 familias, padres e hijos varones, que participaron con mucho entusiasmo en lo que dieron en llamar *"una nueva etapa en la producción de vino de la costa"* (sic). En el caso del tomate platense el grupo se formó originariamente con 7 productores familiares. En las dos experiencias la coordinación fue realizada por docentes-investigadores del Curso de Extensión Agropecuaria de la Facultad de Ciencias Agrarias de La Plata.

A su vez se propone la participación de técnicos y/o especialistas en aquellos temas que se consideran necesarios, como sanidad vegetal, industrias de la fermentación, gestión empresarial, etc. Tanto la actividad grupal como la de corte más personalizado instrumentan en la práctica una dinámica adecuada a los objetivos planteados. En la profundización del diagnóstico, el uso de técnicas múltiples (cualitativas y cuantitativas) permite integrar las diversas dimensiones de la problemática.

El trabajo grupal donde participan los productores, los docentes y estudiantes de la Facultad, constituye el núcleo de ambas experiencias. Es a partir de la interacción y la circulación de conocimientos que se potencia el aprendizaje colectivo. El explicitar las necesidades y el análisis estructural de las mismas contribuye al reconocimiento de necesidades objetivas que trascienden los límites que impone el conocimiento cotidiano. En este proceso se generan conflictos que los participantes deben confrontar con las propias ideas previas, lo que permite ir construyendo nuevas interrogantes y avanzar, a partir de situaciones concretas, en la solución de los problemas que se plantean.

Para la reconstrucción histórica de la producción del vino de la costa y del tomate platense, se realizan entrevistas en profundidad, a partir de las cuales se caracterizan aspectos relativos a los productos propiamente dichos, así como también el ambiente sociocultural del cual provienen. Aquí se hace referencia a los orígenes de los primeros productores, sus técnicas particulares y el significado de la producción del vino de la costa y del tomate en la vida del productor tradicional.

También se utilizaron fichas de observación del ciclo productivo para poder dimensionar cuantitativa y cualitativamente los requerimientos y procedimientos utilizados por los distintos productores. Estas fichas, para el caso del vino de la costa, se complementaron con observaciones del medio natural, para comprender desde el punto de vista agroecológico el funcionamiento del sistema.

Por su parte, la intervención parte de un enfoque de planificación estratégica, ya que se utilizan procedimientos en los que interesa especialmente la direccionalidad del proceso.

En la gestación de ambas experiencias se partió desde este enfoque, capitalizando experiencias previas en la zona de formación de grupos de productores, teniendo en cuenta los erro-

res y conflictos que de las mismas surgieron. La lógica que prevaleció estuvo centrada en la posibilidad de realización, de construir para ambos grupos un producto agroalimentario diferenciado por su origen, sus cualidades intrínsecas, entre otros aspectos.

V. RESULTADOS LOGRADOS

A lo largo de todo el trabajo, se fue integrando el aporte metodológico de los especialistas de la Facultad con las expectativas, intereses, necesidades y problemas de los productores involucrados. La definición de los objetivos resultó del consenso entre ambos actores, en primera instancia, para luego ir incorporando nuevos actores sociales que se fueron involucrando (por ejemplo: la Municipalidad de Berisso y la Estación Experimental de Gorina del Ministerio de Asuntos Agrarios de la Provincia de Buenos Aires). Los docentes y estudiantes se implicaron en el proceso como un actor más que está dentro de la realidad, y que coexiste generando influencias y participando de las decisiones del conjunto de actores sociales.

El diagnóstico inicial realizado junto a los productores, daba cuenta del deterioro de ambas producciones y las "dificultades" de comercialización y de mercados para los productos genéricos. Ambas producciones eran percibidas por los productores como productos no diferenciados, por lo que hubo que construir una imagen objetivo que contemplara esta característica.

En las experiencias se tomó en cuenta que la realidad es incierta y dinámica. Esto significó en la práctica intervenir en sintonía con las fluctuaciones y la complejidad de actores sociales que cooperaron, así como con otros que fueron indiferentes, y en algunos casos antagónicos. Hubo entonces que apelar a diferentes recursos técnicos para superar las dificultades que se iban presentando en la realidad, como ejemplo, ejercicios de negociación para ser utilizados frente a funcionarios del Municipio de Berisso o técnicas de evaluación participativa (DAFO)², para la visualización de las diferentes dimensiones del proceso y realizar ajustes en la campaña siguiente de tomate platense.

Se planteó trabajar en dos frentes: la inclusión de otros actores sociales que pudieran involucrarse en mayor o menor medida, y aprovechar la memoria colectiva de los consumidores locales para acicatear a la producción primaria. En cuanto a la inclusión de actores se fue tejiendo una red con participación formal e informal de diversas instituciones. Esta red incluye los medios masivos de difusión que fueron hilvanando los diversos intereses y gestando la necesidad en aquellos actores indiferentes de incorporarse a los proyectos. En ambos casos, la prensa, la radio y la televisión actuaron como dinamizadores y fueron generando viabilidad a las acciones.

Por otro lado, la actualización del recuerdo colectivo del tomate con "gusto" y del vino de la costa "que iban a comprar

2 Matriz de diagnóstico o evaluación para la generación de estrategias alternativas factibles, también conocida como DAFO, extraído de David (1986).

con sus padres a las viñas de Berisso” fue un estímulo indispensable para iniciar un proceso de inversión para la producción agroindustrial artesanal de ambos productos.

La matriz que se presenta en el cuadro 1 es una síntesis de la situación actual de ambas producciones. La misma fue realizada en conjunto con productores de la región.

VI. DISCUSIÓN FINAL

En el sistema agroalimentario, en la actualidad, se está profundizando la diferenciación de productos. Dicha diferenciación

es apropiada por los segmentos más dinámicos (empresas transnacionales, entre otras), y comienza a ser tenida en cuenta por las pequeñas y medianas empresas.

En el caso de estudio, la lógica de los productores que participan de ambas experiencias se basa en la artesanidad y la tradición productiva. El rescate del saber cotidiano permite la construcción de productos tradicionales o típicos, mientras que el carácter de típico permite agregarle un valor diferencial que es apreciado por los consumidores urbanos. La "tradicionalidad" y la «autenticidad» son rasgos de los productos descritos. Sin

Cuadro No. 1

Matriz DAFO simplificada para la producción de tomate platense y vino de la costa	
DEBILIDADES	
Producción	
Rindes (rendimientos) deficientes	
Falta de mantenimiento en infraestructura agrícola	
Falta de capital y financiamiento	
Deterioro de instalaciones de post-cosecha y procesamiento industrial	
Comercialización	
Presentación inadecuada del producto	
Individual sin una adecuada diferenciación del producto	
Organización	
Desarticulación entre productores	
Bajo nivel de organización social local	
Animadores locales sin iniciativas propias	
FORTALEZAS	
Producción	
Sistema productivo adaptado al medio edafoclimático	
Baja dependencia de insumos externos a la unidad	
Arraigo cultural en productores	
Productores de tipo familiar	
Permite la obtención de subproductos	
Comercialización	
Responde a una tradición del consumo	
Reducidos costos de circulación por venta directa	
Organización	
La diversificación productiva genera sinergias locales	
Compromiso de algunos actores de la comunidad local	
AMENAZAS	
Producción	
Falta de políticas oficiales hacia los productos típicos	
Intereses económicos extra-agrarios	
Comercialización	
Precio de los productos dependientes de productos genéricos	
Dificultad de ingresar a la moderna distribución minorista	
Competencia de productos sustitutos	
Organización	
Falta de tradición organizativa social	
Carencia de planes gubernativos de acción local	
OPORTUNIDADES	
Producción	
Bajo impacto ambiental de la producción	
Arraigo cultural en consumidores	
El sistema tradicional fortalece la diversificación productiva	
Riqueza del entorno: paisaje e historia	
Comercialización	
Nuevas posiciones relativas en los imaginarios del consumo	
Generación de formas asociativas para la comercialización con mayor volumen	
Canales de comercialización alternativos	
Mayor predisposición de los consumidores a relacionarse directamente con los productores	
Organización	
Oportunidad para la promoción del uso no agropecuario del espacio rural	
Revalorización del espacio rural por sectores urbanos	

embargo, hay que romper con la idea generalizada de que estos productos son la «supervivencia» del pasado y por tanto, formas económicas carentes de dinamismo, visión que tiende a opacar y a simplificar el proceso de evolución de los mismos (Aguilar, 1995).

La persistencia actual, en el contexto mundial, de este tipo de productos demuestra la no unilinealidad histórica de la expansión del sistema capitalista, y que estas formas productivas se adaptan, propiciando competitividad dentro del sistema, a los productores familiares.

Las experiencias descritas pivotan sobre dos productos típicos: el vino de la costa y el tomate platense, que parten de un ajustado diagnóstico de la realidad socio-productiva de ambas localidades, teniendo en cuenta tanto los factores agroecológicos como los tecnológicos, económicos, sociales y culturales. En ambos casos, en la situación descrita en páginas anteriores, se puede constatar el estado de decadencia; pero al mismo tiempo puede inferirse, a través de su historia y de su potencialidad, en el marco de las nuevas tendencias en el consumo, la capacidad de movilización de recursos locales que encierran en sí estas producciones (Posada y Velarde, 2000).

Sin duda, uno de los logros más importantes ha sido el incremento de los ingresos a partir de un aumento en la valorización de los productos comercializados. En ambos casos, la percepción inicial en los productores era que no había “mercado” para la colocación de los productos. Esta percepción pudo ser modificada a partir de diversas experiencias piloto como fue la venta de vino de la costa en la Fiesta del Inmigrante³ (con un incremento del 50% del precio obtenido habitualmente); y la degustación de tomate platense en una reunión convocada a tal efecto, que permitió el avance en la organización de una incipiente agroindustria local.

El trabajo participativo viabiliza la conformación de nuevos actores sociales, ya no centrados en reivindicaciones de tipo gremial, sino en la posibilidad de trascender públicamente como nuevos actores económicos que basan su accionar en lo local y en lo posible. Se gesta a partir de ambos proyectos una nueva «esperanza» (sic), que permite incorporar mano de obra familiar y no familiar, así como el recambio generacional necesario en ambos productos, que valoriza los conocimientos de los antecesores y permite incorporar nuevos conocimientos. En los dos casos no se intenta recrear el pasado, sino que se parte del conocimiento tradicional para gestar nuevas formas de producción que conservan rasgos artesanales, pero con la idea de captar franjas de consumidores que demandan este tipo de productos.

La Universidad es reconsiderada por los productores como un ámbito de consulta y que puede favorecer a los pequeños productores. Esto implica una ruptura en su comportamiento, al mismo tiempo que genera hacia dentro de la Facultad la necesidad de buscar alternativas para sectores desfavorecidos de la región modificando su forma de inserción habitual. La articulación docencia y extensión universitaria es permanente, no sólo para con los estudiantes que participan como “pasantes” en los proyectos, sino también con los estudiantes que participan regularmente de la actividad curricular de las diferentes cátedras de la Facultad y que establecen vínculos con los proyectos con diversidad de expectativas.

VII. DESAFÍOS Y POSIBILIDADES

Los desafíos que se enfrentan en ambos proyectos están ligados con la generalización de la propuesta al conjunto de productores de la región. Del análisis de las experiencias y de las recomendaciones emanadas de diferentes organismos europeos orientadas a guiar la puesta en marcha de iniciativas como las de referencia, se puede elaborar un esquema general de desenvolvimiento de planes y acciones de desarrollo rural local a partir de la revalorización de producciones típicas que permitan el mejoramiento de las condiciones de vida de los productores familiares de la región rioplatense.

En este sentido, para poder avanzar en la consolidación y ampliación de este tipo de propuestas, es necesario involucrar a otros actores que atraviesen a la totalidad de la cadena de producción-consumo. El rol del Estado es fundamental para garantizar la emergencia de productos típicos, a través de estímulos precompetitivos (asistencia técnica, capacitación, subsidios, generación de innovaciones, etc.). Es esencial que no sólo los productores agropecuarios se vean estimulados a producir este tipo de productos, sino también los consumidores a consumirlos y la distribución a comercializarlos, ya sean supermercados, sistemas de venta directa, ferias o pequeños comercios minoristas. Es a partir del reconocimiento de esta necesidad que resulta indispensable avanzar en los siguientes aspectos:

- Pasar de ser emprendimientos individuales a transformarse en emprendimientos asociativos rentables y dinámicos.
- Lograr que se conformen actores sociales capaces de influir en las decisiones al nivel local.
- Estrechar lazos entre consumidores y productores (jornadas de degustación, ferias populares, ventas domiciliarias, asociaciones de productores y consumidores, etc.).
- Generar una red institucional de actores donde participe el sector privado (productores, empresas de servicios, asociaciones, cooperativas) y el sector público (Municipios, Ministerios, Institutos de generación tecnológica, Universidad).
- Iniciar en los diferentes niveles del estado (municipal, provincial) políticas que apunten a la identificación de productos regionales para su posterior tipificación y reglamentación.

3 La Fiesta Provincial del Inmigrante es un evento cultural local anual, que se realiza con el aporte de las diferentes colectividades que han formado parte de la inmigración a la Argentina, entre las que pueden destacarse: la italiana, la española, la portuguesa, la lituana, la rusa, entre otras. En ella se realizan diferentes demostraciones artísticas, culturales y la venta de comidas típicas y productos regionales.

- Generar protocolos de productos con la participación activa de los propios productores tradicionales y las instituciones que puedan oficializarlos.

- Promover programas y/o proyectos que a través de estrategias participativas permitan a los productores ser los impulsores de los cambios que seguramente deberán darse al nivel organizacional, la valoración de los intangibles de este tipo de productos y la apropiación local de excedentes.

Sin duda estas dos experiencias piloto posicionan a la Universidad en su región, como promotora de la diferenciación de productos agroalimentarios con pequeños productores. Estará seguramente en su capacidad de decisión liderar este proceso y sensibilizar a otros actores en la posibilidad de generar, a través de dinámicas locales, respuestas que permitan permanecer en el sistema a los sectores menos favorecidos.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR, Encarnación. 1995. "Los procesos artesanales: Una aproximación teórica", *Sociología del Trabajo, nueva época*, 24: 39-76 (primavera).

AROCENA, José. 1995. *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Caracas: Nueva Sociedad.

BARSKY, Osvaldo. 1990. *Políticas Agrarias en América Latina*. Buenos Aires: Ediciones Imago Mundi-Grupo Esquel.

CALDENTEY, Pedro; GÓMEZ, Ana. 1996. "Productos típicos, territorio y competitividad", *Agricultura y Sociedad*, 80-81: 57-82 (julio-diciembre).

CARTAY, Rafael. 1998. "Los productos típicos y su reglamentación. Una tentativa de aplicación de la denominación de origen al cacao venezolano", *Revista Agroalimentaria*, 6: 11-19 (junio).

DAVID, Fred. 1986. *La Gerencia Estratégica*. EE.UU.: Legis Fondo Editorial.

DE CASABIANCA, François. 1992. "Bases teóricas del desarrollo local: ejemplos corsos". En: Del Canto Fresno (Ed). *Desarrollo rural, ejemplos europeos*. Madrid: MAPA: 31-50.

ESPEITX, Elena. 1996. "Los 'nuevos consumidores' o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra", *Agricultura y Sociedad*, 80-81: 83-116 (julio-diciembre).

FANFANI, Roberto; MONTRESOR, E. 1992. "Nuevos instrumentos interpretativos para el análisis del sistema agroalimentario italiano", *Revista de Estudios Agro-Sociales*, 161: 15-53 (julio-septiembre).

GARAT, Juan José; VEGA, Mario. 1999. "Las Producciones Típicas como estrategia de Desarrollo Local: El Caso del Tomate Platense", presentado en las *Jornadas Interdisciplinarias de Estudio Agrarios y Agroindustriales*. Buenos Aires: UBA, Facultad de Ciencias Económicas.

GREEN, R.; ROCHA, R. 1992. "Economía de red y reestructuración del Sector Agroalimentario", *Desarrollo Económico*, vol. 32, 126: 199-225.

GREEN, R. 1990. "La evolución de la economía internacional y la estrategia de las multinacionales alimentarias", *Desarrollo Económico*, vol. 29: 116.

HERRERA, Amilcar. 1981. "The generation of technologies in rural areas", *World. Development*, 9: 21-35.

LLAMBI, Luis. 1993. "Reestructuración mundial y sistemas agroalimentarios. Necesidad de nuevos enfoques", *Comercio Exterior*, vol. 43, 3: 257-264 (marzo).

MARASAS, Mariana; VELARDE, Irene. 2000. "Rescate del saber tradicional como estrategia de desarrollo: los viñateros de la costa", *Boletín de ILEIA para la agricultura sostenible de bajos insumos externos*, Vol. 16, 2: 23-24.

POSADA, Marcelo; VELARDE, Irene. 2000. "Estrategias de desarrollo local a partir de productos alimentarios típicos: el caso del vino de la costa en Buenos Aires, Argentina", *Problemas del Desarrollo, Revista Latinoamericana de Economía*, 121 Vol. 31: 63-84 (abril/junio).