



Trabajo y Sociedad

Sociología del trabajo- Estudios culturales- Narrativas sociológicas y literarias

Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas (Caicyt-Conicet)

Nº 37, Vol. XXII, invierno de 2021, Santiago del Estero, Argentina

ISSN 1514-6871 - www.unse.edu.ar/trabajosociedad



Producir y comercializar en pandemia: estrategias emergentes de los agricultores familiares en Santiago del Estero durante 2020

Producing and marketing in a pandemic: the renewed strategies of family farmers in Santiago del Estero during 2020

Produzindo e comercializando em uma pandemia: as estratégias renovadas dos agricultores familiares em Santiago del Estero em 2020

Marta Elena GUTIÉRREZ¹

María Victoria SUÁREZ²

Ana Eliza VILLALBA³

Recibido: 11.12.20

Revisión editorial: 01.02.21

Aprobado: 05.04.21



RESUMEN

La crisis desatada por la pandemia de coronavirus (COVID-19) ha puesto en evidencia tanto las deficiencias de los sistemas de salud a nivel global, como las limitaciones que presenta el sistema alimentario global y el modelo de producción que lo sustenta (el agronegocio) para garantizar alimentos saludables, nutritivos, diversificados y de calidad para toda la población. Ante este panorama se instala la posibilidad de una transición hacia un nuevo modelo de producción, comercialización y de relación entre las personas y con la naturaleza. Este trabajo tiene por objetivo analizar las novedosas estrategias de comercialización que emplean agricultores familiares de Santiago del Estero para vender sus productos en un contexto de pandemia. A partir de entrevistas en profundidad, tanto a técnicos como productores, se

¹Marta Gutiérrez es Doctora en Humanidades (UNT). Docente de la Facultad de Humanidades Ciencias Sociales y de la Salud (UNSE). Coordinadora Área de Programas y Proyectos de la FHCSyS (UNSE). Miembro del equipo de Sociología Rural del INDES (Instituto de Estudios para el Desarrollo Social). Correo electrónico: martaegutierrez@hotmail.com.

² Doctora en Ciencias Sociales con Orientación en Geografía (UNT). Miembro del equipo de Sociología Rural del INDES. Becaria Posdoctoral del CONICET Temas Estratégicos. Correo electrónico: victoriasuarez_4@hotmail.com

³Doctora en Ciencias Agropecuarias (UBA). Docente de la Universidad Nacional del Chaco Austral. Miembro del equipo de Sociología Rural del INDES. Correo electrónico: ani.villalba89@gmail.com

caracterizan los circuitos de producción y comercialización que están desarrollando los agricultores familiares y las relaciones comunitarias que emprendieron en este nuevo escenario. La capacidad de adaptación que tiene la agricultura familiar hace posible que se reconviertan e innoven en tiempos de crisis. Sin embargo, las condiciones estructurales de los territorios en donde viven y las posibilidades materiales para lograr la distribución de los productos, junto a la presencia o ausencia del estado varía enormemente, fortaleciendo las prácticas colectivas y la organización familiar.

Palabras clave: circuitos cortos de comercialización, economías emergentes, políticas públicas, agricultura familiar.

ABSTRACT

The crisis unleashed by the coronavirus pandemic (COVID-19) has exposed the deficiencies of health systems at a global level and the limitations of the global food system and the production model that supports it (agribusiness) to guarantee healthy, nutritious, diversified and quality food for the entire population. Against this background, the possibility of a transition towards a new model of production, commercialization and relationship between people and with nature is deployed. The objective of this work is to analyze the novel marketing strategies used by family farmers in Santiago del Estero to introduce their products in a pandemic context. Based on in-depth interviews, both with technicians and producers, the production and commercialization circuits that family farmers are developing and the community relations they have undertaken in this new scenario are characterized. The adaptation capacity of family farming makes it possible to reconvert and innovate in times of crisis. However, the structural conditions of the territories where they live and the material possibilities to achieve the distribution of products, together with the presence or absence of the state, vary enormously, strengthening collective practices or individual-family organization.

Keywords: short marketing circuits, emerging economies, public policies, family farming

RESUMO

A crise desencadeada pela pandemia do coronavírus (COVID-19) expôs tanto as deficiências dos sistemas de saúde em nível global, quanto as limitações apresentadas pelo sistema alimentar global e o modelo de produção que o sustenta (agronegócio) para garantir alimentação saudável, nutritiva, diversificada e de qualidade para toda a população. Neste contexto, instala-se a possibilidade de uma transição para um novo modelo de produção, comercialização e relação entre as pessoas e com a natureza. O objetivo deste trabalho é analisar as novas estratégias de comercialização utilizadas por agricultores familiares em Santiago del Estero para introduzir seus produtos em um contexto de pandemia. A partir de entrevistas em profundidade, tanto com técnicos quanto com produtores, são caracterizados os circuitos de produção e comercialização que os agricultores familiares estão desenvolvendo e as relações com as comunidades que eles vêm empreendendo neste novo cenário. A capacidade de adaptação da agricultura familiar permite que se reconverte e inove em tempos de crise. No entanto, as condições estruturais dos territórios onde vivem e as possibilidades materiais de concretização da distribuição dos produtos, juntamente com a presença ou ausência do Estado, variam enormemente, fortalecendo as práticas coletivas ou de organização individual-familiar.

Palavras-chave: canais curtos de comercialização, economias emergentes, políticas públicas, agricultura familiar.

SUMARIO

1. Introducción. 2. Acerca de las herramientas conceptuales y metodológicas del estudio. 2.1. Algunos conceptos clave. 2.2. Metodología. 3. El territorio donde se desarrollan las experiencias. 3.1. El caso del Almacén Campesino. 3.2. El caso de la Asociación Civil Progreso Familiar. 4. Estrategias de producción y comercialización en tiempos de pandemia. 5. Tejiendo redes en tiempos de pandemia. 5.1. El papel de las redes comunitarias en pandemia. 5.2. El vínculo con el estado. 6. Reflexiones finales. Bibliografía.

1. Introducción

Numerosos debates han generado el actual contexto de pandemia respecto a las limitaciones que presenta el sistema agroalimentario global para garantizar alimentos nutritivos, diversos y de calidad a toda la población (Wahren, 2020; Svampa, 2020; Gauna, González y Delgado, 2020). Las medidas sanitarias implementadas por los diversos gobiernos para evitar la propagación del virus tienen consecuencias directas sobre el funcionamiento de los sistemas alimentarios. En efecto, los patrones hegemónicos de producción, procesamiento, distribución y consumo de alimentos están cayendo cada vez más en el desorden y hay indicios preocupantes de que se está desarrollando una plena crisis de hambre (Van derPloeg, 2020).

Organismos internacionales como la FAO (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura) advierten sobre los impactos del COVID19 en la oferta y la demanda de alimentos, así como en el comercio internacional. Estos impactos ya están generando en distintos países de América Latina desabastecimiento, volatilidad o cambios bruscos en los precios de los alimentos, variaciones en el poder adquisitivo de las familias, entre otros (FAO, 2020).

En este escenario, la agricultura familiar ocupa un lugar paradójico. Por un lado, la pandemia encuentra al sector con grandes dificultades para sostener su producción y reproducción social dadas las condiciones de déficit estructural tales como la volatilidad en los precios de materia prima e insumos, deficiencias en la conectividad digital, complicando las posibilidades de acceso a los mercados, a la mano de obra, entre otros. Por otro lado, la situación actual ha puesto en valor el rol de los agricultores familiares en la producción y abastecimiento de alimentos para el consumo local y regional (INTA, 2020b).

Estudios recientes vienen mostrando cómo a pesar de las carencias que atraviesan al sector, muchos agricultores familiares pudieron adaptarse, reinventarse e innovar fortaleciendo los circuitos de venta directa, principalmente, a partir del reparto de bolsones de hortalizas y la fuerte reorganización de aquellos que estaban basados en la venta en las ferias de productores que fueron suspendidas y se transformaron en repartos a domicilio (Paz y Infante, 2020; Craviotti, 2020; INTA, 2020a). Sin embargo, estos procesos beneficiaron en mayor medida a los grupos de productores más organizados y cercanos a las ciudades con acceso a tecnologías digitales para la venta de sus productos. Mientras que otros no pudieron readaptar sus formas de venta a las restricciones impuestas a la comercialización (Craviotti, 2020; Suárez y Infante, 2020).

En este contexto de emergencia social, el estado a través de diversos planes y programas como ser “Argentina contra el Hambre”, el “Plan Federal de Ferias” del Ministerio de Desarrollo Social, la capacitación en Economía Social y Solidaria para gestores públicos del Instituto Nacional de Cooperativismo y Economía Social y “El mercado en tu Barrio” del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca buscaron facilitar el desarrollo de diferentes estrategias que favorezcan la comercialización de productos frescos de diferentes regiones en tiempos de pandemia. Se apoyaron, de este modo, en diversas acciones para la venta de productos primarios, el fortalecimiento y la capacitación de las organizaciones de la agricultura familiar y la economía social, facilitando la interacción entre el productor y el consumidor.

El objetivo del artículo es caracterizar los circuitos de producción y comercialización que están desarrollando los agricultores familiares y las relaciones comunitarias que emprendieron durante la pandemia. Desde allí aportamos a la discusión sobre la construcción de economías emergentes. Reconociendo el camino que vienen construyendo los agricultores familiares con formas de producir y de vivir más sustentables y armónicas donde la agroecología, la economía social y los circuitos cortos de comercialización se entrelazan y hacen posible la resistencia frente a las adversidades, las crisis y la pandemia.

Dos son las experiencias desde donde se analiza la problemática antes mencionada, las cuales se ubican en la provincia de Santiago del Estero, región del noroeste de Argentina. Se trata del Almacén Campesino, un emprendimiento comunitario en el que participan 7 Asociaciones de Productores de los Departamentos Río Hondo, Guasayán y Jiménez y tiene como objetivo lograr la visibilidad del sector rural en la principal ciudad termal del país (está

ubicado en la ciudad de Termas de Río Hondo), mediante la comercialización de los productos frescos, sanos y a precio justo de los campesinos, sin ningún tipo de intermediación. Por otra parte, se analiza la Asociación Civil Progreso de la Agricultura Familiar integrado por pequeños productores de la región Banda-Jiménez de la provincia de Santiago del Estero, cuyo principal circuito de comercialización está dado por la realización de ferias semanales en distintos lugares, principalmente el patio de la Universidad Nacional de Santiago del Estero bajo la modalidad de la comercialización conjunta.

Las actividades que llevan adelante los agricultores familiares que forman parte de ambas experiencias se vieron afectadas por las distintas medidas restrictivas y sanitarias que fueron establecidas por el gobierno provincial. Si bien muchos agricultores continuaron con las tareas prediales, la mayor dificultad se expresa en las posibilidades efectivas para lograr la distribución y comercialización de los productos ante el cierre de las ferias, almacenes de agrupaciones sociales, mercados concentradores y otros puntos de venta como rotiserías, verdulerías, restaurantes y la propia explotación. En consecuencia, gran parte de los agricultores familiares debieron ajustar sus estrategias de venta, mientras que otros aún no logran hacerlo por no contar con las condiciones mínimas necesarias tales como: medios de transporte para recorrer las largas distancias entre sus predios y las ciudades de mayor densidad poblacional, infraestructura (camino, telecomunicaciones) y asistencia por parte de organismos del Estado.

El artículo se pregunta ¿Cuáles son las estrategias de comercialización que emergen y se refuerzan en estos tiempos de pandemia en la agricultura familiar? ¿Cuáles son los cambios en las estrategias de producción? ¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de las estrategias adoptadas y en qué medida pueden garantizar su viabilidad o su capacidad para sobrevivir en el contexto (durante y después) de la pandemia COVID19?

La hipótesis es que la capacidad de adaptación que tiene la agricultura familiar hace posible, en momentos de crisis, que los agricultores se adecuen, reconviertan e innoven en materia de producción y comercialización incorporando ciertas estrategias como el marketing, el uso de las distintas redes sociales y el despliegue de estrategias de relaciones comunitarias, haciendo posible la continuidad de las actividades en los momentos de crisis como la actual pandemia.

En cualquiera de los casos, se encuentran iniciativas (embrionarias, incompletas y abiertas) que representan formas alternativas de producción y comercialización que emergen para hacer frente a los históricos problemas de precariedad que enfrenta la agricultura familiar (Jara, 2020). Desde una epistemología del Sur, el espíritu que guía este trabajo, buscar reconocer y valorizar experiencias que configuran soluciones para problemas que afectan al sector de la agricultura familiar al momento de hacer efectiva la venta de sus productos donde subyacen acuerdos colectivos que vuelven aún más fuerte las resistencias en los momentos de crisis (Santos, 2006).

El artículo se organiza en cuatro secciones. En primer orden, se presenta el marco de referencias conceptuales y la metodología utilizada. Seguidamente, se describen, por un lado, los territorios donde se desarrollan las experiencias y, por otro lado, los casos de estudio enfatizando en las formas tradicionales de comercialización que manejaban los agricultores familiares antes de la pandemia. En segundo orden, se exponen los resultados del análisis destacando las nuevas estrategias de producción y comercialización emergentes en un contexto de pandemia, así como las relaciones que se fortalecen o debilitan con la intervención del estado. En tercer orden, se analiza el rol de las relaciones comunitarias que emergen, se mantienen o bien las estrategias a nivel de las familias que se convierten en los únicos caminos posibles, así como las relaciones con el estado. Finalmente, se exponen las reflexiones finales.

2. Acerca de las herramientas conceptuales y metodológicas del estudio

2.1. Algunos conceptos clave

Desde una hermenéutica de las emergencias, se recuperan y valorizan sistemas alternativos de producción y comercialización de dos organizaciones de la Agricultura Familiar en Santiago del Estero. Esto implica poner atención en la factibilidad y en el potencial de estas formas de organización económicas alternativas donde subyacen maneras de concebir y organizar la vida

económica basadas en principios no capitalistas que vienen marcando caminos de transformación hacia otras formas de producción, intercambio y consumo (Santos, 2006). Esta opción epistemológica, resulta interesante para examinar procesos en marcha en tanto que las preguntas por la viabilidad o el éxito de las experiencias no se circunscriben específicamente al ámbito económico, sino que están orientadas por una mirada multidimensional donde se toman en cuenta los múltiples objetivos de los sujetos que forjan esas experiencias emergentes: organizativos, identitarios, ambientales, de comercialización, entre otros (Santos y Rodríguez, 2011).

Al intentar conceptualizar el término agricultura familiar existen algunas dificultades para definirla unívocamente ya que, como afirma Schiavoni (2010: 43), “la agricultura familiar en Argentina es una categoría en construcción. Su definición y sus alcances son objeto de múltiples negociaciones en las que intervienen científicos sociales, técnicos, administradores y organizaciones agrarias”. En este sentido, si bien no existe un concepto unívoco, articulando perspectivas de diferentes autores se puede definir agricultura familiar como una forma de vida y una cuestión cultural, un tipo de producción en la que la unidad doméstica y la unidad productiva están físicamente integradas, donde la agricultura es la principal ocupación y fuente de ingresos del grupo familiar, la familia aporta la parte predominante de la mano de obra, existe una mercantilización parcial de su producción, el principal objetivo es la reproducción social de la familia en condiciones dignas y es en su interior que se realiza la transmisión de valores, prácticas y experiencias (FONAF, 2006; Schiavoni, 2010; Obschatko, Foti y Roman, 2006).

Los circuitos cortos de comercialización se posicionan como los canales más adecuados para el sector en tanto se trata de espacios de comercialización directa del productor al consumidor o con intermediación solidaria, disminuyendo la distancia social y cultural, compartiendo valores, generando confianza que les permite construir un precio justo o solidario, reconocer los atributos de esos productos y de las formas en que se producen (de manera sustentable, agroecológica, amigable, con territorialidad) (Rodríguez Sperat, Paz, Suárez y Díaz, 2015; Caracciolo, 2016; Paz y Infante, 2020; Andrieu y Brignardello, 2020 Infante y Suárez, 2020). Diversos beneficios pueden adquirir de los mismos: el aumento de la rentabilidad ante la eliminación al mínimo posible de la intermediación comercial, las posibilidades de tener un empleo y un ingreso mínimos con perspectivas de crecimiento, la constitución de autonomía y control de la base de recursos internos, la construcción de vínculos directos entre productores y consumidores orientados a la creación de lazos y redes sociales; y la competitividad que generan en la relación precio-calidad-diferenciación que están relacionados casi siempre con la producción local/familiar (Rodríguez Sperat et al., 2015; Craviotti, y Soleno, 2015; CEPAL, 2016).

Para comprender las relaciones comunitarias que construyen los agricultores familiares como uno de los pilares sobre los cuales se apoyan sus organizaciones y el rol que adquieren en un contexto de pandemia, resulta interesante rescatar los planteos de Alejandra Aquino (2013) quien nos invita a poner énfasis en las relaciones sociales en torno a lo común más que identificar una presunta esencia. En efecto, preguntarse por las construcciones emergentes comunales en la ruralidad, éstas no serían exclusivas de determinados grupos rurales, sino un recurso que organiza las preguntas y la mirada entorno al “nosotros” (Osorio, 2013, Paz, Rodríguez y Jara, 2018). Las relaciones sociales son un espacio donde el campesino acude habitualmente a satisfacer sus necesidades, mediante un complejo sistema de dones, favores, acuerdos y relaciones (Rodríguez y Gutiérrez, 2019).

En este nuevo contexto el Estado debe responder de manera diferente a la tradicional, generando nuevas oportunidades, gestionando políticas novedosas de apoyo a los agricultores familiares en este incierto escenario. Las políticas públicas son fundamentales para evitar la ampliación de esa agricultura exportadora en desmedro de las acciones de fomento de la producción y el consumo de cercanía. En pandemia, se pone en evidencia la necesidad de acortar las cadenas agroalimentarias y fortalecer los mercados locales que garantizan el acceso a una cuestión tan fundamental como la comida y brinda la oportunidad para la producción de alimentos más saludables y asequibles para la población y la creación de empleos más resilientes (Naciones Unidas, 2020). Es importante pensar estos sistemas alimentarios

territoriales a través de una delimitación que no implique una equivalencia directa con las jurisdicciones administrativas. La pandemia es una oportunidad para repensar estos aspectos, así como en nuevos esquemas de gobernanza entre jurisdicciones (Craviotti, Clara, 2020).

2.2. Metodología

Para llevar adelante el trabajo nos planteamos un abordaje metodológico de tipo cualitativo con una mirada holística e interpretativa de la acción colectiva de los actores (Gutiérrez, 2018), para lo cual realizamos entrevistas a técnicos y productores de las zonas de Banda, Jiménez y Termas de Río Hondo. Mediante las entrevistas abordamos las dimensiones organizativas y comerciales de las organizaciones bajo estudio, particularmente las estrategias que emergieron durante la pandemia.

El artículo se presenta desde la visión de los propios actores, es decir considerando sus opiniones, destacando sus puntos de vistas, sus apreciaciones, la forma en que los agricultores familiares miran el entorno en este momento particular de pandemia mundial. De este modo, se analizan las reacciones que tuvieron y las estrategias que se dieron para sobrellevar esta situación.

En esta línea, tomamos el concepto de agencia desarrollado por Long. La noción de agencia atribuye al actor individual la capacidad de procesar la experiencia social y diseñar maneras de lidiar con la vida, aun bajo las formas más extremas de coerción. Dentro de los límites de información, incertidumbre y otras restricciones (por ejemplo, físicas, normativas o político-económicas); los actores sociales poseen “capacidad de saber” y “capacidad de actuar”. “Intentan resolver problemas, aprenden cómo intervenir en el flujo de eventos sociales alrededor de ellos y, en cierta medida, están al tanto de las acciones propias, observando cómo otros reaccionan a su conducta y tomando nota de las varias circunstancias contingentes” (Long, 2007: 48).

En este sentido, consideramos que los actores sociales asumen roles en los diversos espacios locales en donde se desenvuelven e intervienen, tanto en la formulación como en la ejecución de políticas de desarrollo a nivel local. De este modo nos proponemos penetrar en los “mundos de vida” de los actores, como lo plantea Long; en este caso de los agricultores familiares, de modo tal de desentrañar posturas, actitudes que reflejen y den cuenta de la complejidad y dialéctica de factores estructurales y cognitivos que modelan la acción social de los sujetos (Gutiérrez, 2018).

Las dimensiones que se analizaron fueron: las relacionadas con la forma de producir, la modalidad de comercialización adoptada durante la cuarentena, cómo se organizaron para la venta y cómo se vio afectada en este período. También abordamos las dimensiones relacionadas con las vinculaciones que tenían y tienen en relación a las instituciones públicas con las cuales venían trabajando, destacando los obstáculos que tuvieron que sortear, como así también aquellas oportunidades que se les presentaron en este tiempo. De este modo, buscamos demostrar si estos vínculos se fortalecieron o se debilitaron o si surgieron nuevos vínculos en el proceso.

Las entrevistas se realizaron tanto a técnicos como a productores. Los técnicos cumplieron un doble rol para este trabajo. Por un lado, fueron ellos quienes realizaron las entrevistas a los productores (específicamente para el caso del almacén campesino) con una guía de entrevistas previamente diseñada por las autoras. Para el caso de la Asociación civil Progreso de la Agricultura Familiar, fueron los facilitadores poniéndonos en contacto con aquellos productores que contaban con teléfono móvil y conectividad en algún momento del día, que pudieran garantizar la comunicación y respuestas. Por otro lado, los técnicos fueron también entrevistados para conocer su propia experiencia de acompañamiento a las organizaciones. Cabe destacar que los técnicos vienen acompañando las experiencias desde sus inicios. Mantienen fuertes lazos con los agricultores familiares ya que, por un lado, viven en los territorios donde nacieron las organizaciones, además de trabajar como agentes del estado nacional desde hace décadas. (anteriormente con el PSA, actualmente con la Secretaria de Agricultura Familiar). Se destaca el compromiso de los técnicos para con los productores, ya que aun en tiempos de recortes presupuestarios y de despidos masivos sostuvieron su vínculo con el sector.

Las entrevistas se realizaron a través de WhatsApp y llamadas telefónicas ya que fueron los medios más pertinentes y de mayor acceso de los técnicos y productores. Algunas se realizaron en periodo de Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) y otras en el momento que se dispuso el Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio (DISPO). En estos momentos en la provincia se permitía una mayor circulación en cuanto a los horarios y las aperturas de circulación entre departamentos.

3. El territorio donde se desarrollan las experiencias

Santiago del Estero es una de las provincias del norte argentino con mayor población rural, el 31.3% de la población está clasificada como rural y es la proporción más alta del país⁴ (Jara, 2020). A su vez, el Registro Nacional de la Agricultura Familiar (RENAF) reconoció 17.453 explotaciones de agricultores familiares, lo cual representa el 83% del total de la estructura agraria, aunque solo controlan el 16 % de las tierras aptas para cultivo (Paz, de Dios y Gutiérrez, 2014).

La provincia de Santiago del Estero, está atravesada por dos ríos, Dulce y Salado, que representan la principal fuente de agua de la provincia, y son las zonas donde se observa la concentración de agricultura familiar sobre la línea de los dos ríos. (Paz, Lipshitz, Zerda y Tiedeman, 2015).

Las experiencias que se presentan en el artículo están ubicadas en el ámbito de cobertura del río Dulce, específicamente en los departamentos Río Hondo, Banda y Jiménez.

Estos departamentos si bien tienen en común el río, tienen amplias diferencias respecto a la forma de producción, así como también sus características agroecológicas.

Termas de Río Hondo está ubicado al oeste de la provincia, limitando con la provincia de Tucumán. Es una ciudad turística por excelencia, la cual se caracteriza por sus aguas termales. Si bien la principal actividad del departamento es el turismo, los productores viven en zonas cercanas a la ciudad y su principal actividad es la producción agrícola ganadera. El departamento concentra, según datos del Censo Nacional Agropecuario, unas 15.697 cabezas caprinas, representando esta actividad la principal de las comunidades campesinas. También producen en pequeños cercos maíz y cucurbitáceas (ancó, zapallo, calabaza, calabacín, sandía, melón). Se dedican a la cría de aves de corral, a la apicultura y a la recolección de frutos del monte para la producción de arropes, dulces, licores y mermeladas. (Robles, 2020). Muchos productores de la zona son artesanos, que trabajan tejidos en palma, madera y cuero, además realizan actividades de huerta familiar.

Los departamentos Banda y Jiménez se encuentran ubicados en el centro de la provincia, limitando con el departamento capital. El departamento Banda forma parte del área de riego del sistema de riego de Los Quiroga. Casi todo el valor de la zona está generado en la producción agrícola. Del total de la superficie dedicada a la agricultura en la provincia el 28.5% corresponde a esta zona, participando con alrededor del 70% del valor total de la producción agrícola (Frediani, 2012). Especialmente en los Departamentos Robles y Banda se concentra la producción hortícola (tomate, cebolla, melón, sandía, zanahoria, batata); forrajera (alfalfa especialmente); de cereales (trigo y maíz) y de algodón.

El departamento Jiménez se encuentra ubicado al noroeste de la provincia. Este departamento está comprendido en la subzona de riego con aguas surgentes. Aquí predomina el cultivo de soja, trigo, maíz, sorgo granífero, girasol y otros cultivos forrajeros. En los últimos años la producción hortícola cobró importancia, en especial en las familias campesinas, las cuales combinan la producción de huerta con la cría de ganado caprino, ovino y porcino, además de las aves de corral.

Esta caracterización nos permite conocer cómo se componen los territorios, nos permite acercarnos a los casos de manera más profunda y comprender de qué manera despliegan sus estrategias.

⁴ Según el Censo Nacional de Población de 2010, Santiago del Estero tenía un 31% de población rural, frente a un 3% de Buenos Aires o un 10 % de la provincia de Córdoba.

Los productos que comercializan son artesanías en cuero, artesanías en palma⁵, hierbas medicinales, jabones, tinturas y pomadas elaboradas con hierbas con diferentes propiedades; producen además quesos de cabra naturales y saborizados, arropes de tuna, chañar, mistol, bombones de cayote y tuna, tabletas de zanahoria, mermeladas y jaleas, dulce de leche de vaca y cabra. Comercializan huevos caseros, carnes de cabrito, conejo y cerdo ya sea en trozo o por pieza. Otro rubro que se destacan son los panificados, elaboran galletas con miel y harina de algarroba, panes y empanadillas de miel y frutas. En cuanto a bebidas producen los licores de algarroba y otras elaboraciones de tipo artesanal. Un rubro demandado son las verduras que producen en determinadas épocas del año como zapallo o choclo.

El almacén cuenta con una detallada organización para su comercialización, en este sentido realizaban reuniones para organizar los turnos de atención del local, llevar la administración y la contabilidad de los productos con los que se abastecía el local, además de completar planillas y una rendición de las ventas y los gastos que surgían.

3. 2. El caso de la Asociación Civil Progreso Familiar

La Asociación Civil Progreso Familiar está integrada por pequeños productores de la Región Banda-Jiménez de la zona centro-oeste de la provincia de Santiago del Estero. Este grupo, antes de constituirse en asociación civil (año 2016) fueron beneficiarios del PSA (Programa Social Agropecuario) a través del cual obtuvieron créditos, asistencia técnica y capacitación para la producción de algodón y alfalfa. Las grandes dificultades que tenían para la venta de las cosechas, debido principalmente a los bajos precios que recibían de los intermediarios, fueron resueltos por los técnicos de la Secretaría de Agricultura Familiar a partir de proyectos que proponían la conformación de ferias en puntos estratégicos.

Fue así que las ferias se constituyeron en los principales circuitos de comercialización para el grupo, cuyos productores reconvirtieron sus predios dando lugar a la diversificación productiva, el agregado de valor en origen, la revalorización de los productos que ofrece el monte y el desarrollo de habilidades para la venta frente a un público de consumidores que busca interiorizarse acerca de los modos en que producen. La primera experiencia de feria tuvo lugar en el año 2011 y a partir de entonces, se gestionó la realización de ferias semanales en diferentes sitios tales como la plaza principal de la ciudad de Clodomira, el Parque Aguirre en la ciudad Capital (específicamente para el aniversario de la Ciudad), y en distintas festividades religiosas populares de la provincia.

Sin embargo, estas participaciones en ferias son ocasionales. El principal punto de venta para el grupo es la feria en la Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE), dos días a la semana durante todo el año lectivo, siendo exclusivo para el grupo asociativo. La vinculación con la universidad forjó otras oportunidades de negocio, como servicios de catering para eventos académicos y se han abierto canales de comercialización extra-provincial, por ejemplo, con el Mercado de Economía Solidaria Bonpland y la Expoferia Nacional de la Sustentabilidad (Suárez, Sarmiento y Corvalán, 2016).

Una de las características del grupo de feriantes es la estrategia de comercialización conjunta o colectiva. Los propios actores lo definen como una forma de venta organizada de productos diversificados que cada familia genera. Es decir, que cada familia produce en su propio predio, pero la venta es conjunta, para lo cual se conformaron pequeños grupos rotativos que asisten a la feria y se responsabilizan por la venta de los productos de las 25 familias involucradas. Los ingresos en dinero obtenidos por las ventas quedan a cargo de un responsable que los registra en un cuaderno de entradas y salidas, para luego realizar un balance y finalmente hacer entrega del dinero correspondiente a cada uno de los feriantes todos los fines de cada mes. Esta modalidad asegura a cada uno de ellos un ingreso mensual. A su vez, un pequeño monto del dinero obtenido se destina a un fondo común que tiene como único objetivo la compra de frascos y bolsas. Todos los demás insumos corren por cuenta de los feriantes.

Cuentan con un reglamento que establece, 1) Los productos exhibidos deben contener una etiqueta con los datos de la asociación y del producto, 2) unificación de los precios y 3) los

⁵La palma son las hojas de una palmera típica de la zona con la cual se tejen cestos, canastos, paneras.

productos deben ser elaborados de forma artesanal, sin conservantes y con recursos locales. El catálogo incluye: dulces y conservas; dulce de leche; arropes; escabeches; panificados; hierbas y jabones medicinales; quesos; plantines de aromáticas y jardín; miel; verduras y hortalizas en general; cueros curtidos, entre otros.

Si bien el grupo ha recibido desde sus inicios el apoyo y la colaboración de distintas instituciones públicas como la SAF, ante la falta de financiamiento desde el año 2016, tuvieron que buscar otros canales de apoyo. Gestionaron, por ejemplo, ante el Gobierno Provincial un subsidio para la compra de una autoclave (aparato que permite esterilizar frascos) y un pequeño molino para hacer harina de algarroba.

Cómo se observa en las descripciones de los casos, estos circuitos cortos de comercialización (ferias y almacén) contribuyeron, entre otros aspectos, a eliminar o reducir al mínimo la intermediación (Rodríguez Sperat, et al., 2015); situar en una relación de proximidad al productor con el consumidor (Sotomayor, 2013); mantener un alto poder de decisión en cuanto a qué y cómo se produce y en cuanto a la definición del valor de lo que produce (Paz, Jara y Nazar, 2013) y fortalecer el entramado social y territorial en el cual están insertos (CEPAL, 2016).

Ahora bien, la organización y voluntad de los y las productoras familiares por sí solos no garantiza la continuidad de las experiencias. Por tanto, el fortalecimiento de este tipo de iniciativas de comercialización está condicionada por una compleja trama donde intervienen agentes estatales y otras instituciones no estatales que brindan apoyo para la organización, vehiculizan el acceso a fuentes de financiamiento y aportan recursos técnicos que resultan indispensables para poner en marcha y continuar con las ferias y el almacén (Andrieu y Brignardello, 2020). Estas redes asociativas, aunque móviles, resultan elementos indispensables para comprender cómo estos circuitos cortos de comercialización se mantienen en el tiempo y qué aspectos se modifican, continúan o desaparecen en momentos de crisis como la actual pandemia. A continuación, se analizan estos aspectos.

3. Estrategias de producción y comercialización en tiempos de pandemia

Durante el periodo de cuarentena el Almacén Campesino no estuvo funcionando, principalmente por las restricciones respecto a la circulación y por el cuidado de los productores, que en su mayoría son adultos de riesgo. Según nos comenta la técnica que trabaja con ellos, en este periodo se reforzó la producción hacia el interior de los predios, los productores se dedicaron a la elaboración de productos que tenían mayor demanda, como ser dulces, arropes y cestería. De este modo, la estrategia de venta pasó por la comercialización de sus productos desde el hogar con clientes de la zona, de localidades cercanas y clientes de la ciudad de Termas que ya conocían sus productos y deseaban continuar abasteciéndose de los mismos. En estos casos muchos consumidores solicitaban los productos por WhatsApp o Facebook y se los acercaban a los domicilios. Otra estrategia fue la venta directa casa por casa. En estos casos, la familia se organiza hacia el interior para este tipo de venta. En efecto, al cerrarse los medios tradicionales de comercialización las familias se reorganizaron para producir, elaborar y comercializar desde sus hogares. Aquí los jóvenes tuvieron un papel relevante ya que fueron ellos los que se encargaban de la entrega de los productos por contar con medio de movilidad propio, como ser la moto. Otra estrategia fue la de no modificar los precios ya que sus clientes eran sus propios vecinos, o clientes desde hace varios años. Sin embargo, a medida que avanzó la apertura del proceso de cuarentena tuvieron que ir modificando sus precios, por el proceso inflacionario que acontecía. A medida que se fueron habilitando nuevos horarios de circulación y el funcionamiento del transporte público, el Almacén volvió a abrir sus puertas, aunque de modo restrictivo, dependiendo del transporte y de la apertura del horario comercial.

“Si se podía vender algo se vendía, eso es lo bueno...Nos compraba la gente de acá nomás, de la zona, de Termas, locales” (Entrevista Productora Termas de Rio Hondo).

Del mismo modo, las productoras que integran la Asociación Civil Progreso de la Agricultura Familiar se vieron afectadas fuertemente por la interrupción de su principal canal de comercialización como lo es la feria en la Universidad Nacional de Santiago del Estero, que permaneció cerrada durante 2020. Otros de los canales que manejaban no pudieron ser sostenidas. Por ejemplo, se detuvo el envío a los mercados Bonpland, a la expoferia de la sustentabilidad y a clientes de afuera de la provincia. También se interrumpió la participación en las distintas festividades populares locales en las que solían participar. Incluso las demandas de potenciales clientes de la ciudad capital fueron suspendidas. La distancia física y la falta de movilidad (por no contar con transporte público o vehículo particular) significaron grandes dificultades para el grupo de la asociación.

Dentro del grupo hubo productoras que resultaron más afectadas por las medidas sanitarias y por no contar con ciertas condiciones que se volvieron necesarias para la venta: acceso a internet, baja intensidad en la señal de los teléfonos celulares, y distancias muy alejadas respecto a otras compañeras que cuentan con esas mínimas condiciones (muchas de ellas viven en parajes con población dispersa distribuidas en los dos departamentos: Banda y Jiménez). Intentar trasladarse a las principales ciudades de Santiago y La Banda significaba un costo muy alto. En efecto, sus ventas fueron muy escasas.

Según los relatos de la técnica que acompaña desde sus inicios, en algunos casos la pandemia ha influido para que tengan que cambiar sus decisiones de producción. Es decir, reinventarse y vender otros productos que antes no llevaban a la feria y que son más fáciles de comercializar localmente. Reinventarse significó en algunas productoras ofrecer servicios como la preparación de comidas caseras. Esto hizo posible no sólo aprovechar recursos y productos propios sino también generar y diversificar sus ingresos.

Durante la pandemia tuvieron que sortear muchas dificultades, las ventas bajaron considerablemente. Dicha situación repercutió en la calidad de vida de las familias, al tener que privarse de ciertos gastos en el hogar⁶, pero a la vez surgió una oportunidad, ya que tenían más tiempo para producir en la casa y en el predio. De cierto modo, fue una forma de prepararse para cuando se abriera el almacén y las ferias o buscar nuevos canales de comercialización. En el caso de la Asociación, las productoras remarcan que, en este contexto, no solo la producción individual se reforzó (priorizando la horticultura antes que el agregado de valor), sino que también la comercialización, pues al no poder reunirse, cada familia debió forjarse de estrategias para poder sostener un mínimo de ventas dentro de la localidad donde viven. A esto, se suman dificultades para la adquisición de insumos necesarios para las producciones habituales y materias primas que no se obtienen en el predio y los incrementos de precios generalizados que conllevaron a un aumento en los precios de los productos que pudieron comercializar.

Hasta aquí, se pone en evidencia cómo la pandemia presionó para que las familias productoras desarrollen estrategias individuales y domésticas para poder sobrevivir. Haciendo difícil sostener los lazos de solidaridad y acciones colectivas a las que estaban acostumbradas; afectando aún más a aquellas que viven alejadas de los principales centros de comercialización. Esto no significa que la solidaridad o las relaciones comunitarias estuvieran ausentes, pero sí condicionadas por las características de los territorios. A diferencia de otras experiencias que vienen siendo estudiadas, la venta directa en las ferias no pudo transformarse en repartos a domicilio bajo la modalidad, por ejemplo, de bolsones de hortalizas (INTA, 2020a; Paz y Infante; 2020; Suárez y Infante, 2020; Craviotti, 2020).

No obstante, y como se verá más adelante, el caso del Almacén Campesino se posiciona como un potencial circuito de comercialización alternativo que garantiza cierta sostenibilidad a los agricultores familiares con amplias oportunidades para construir otros espacios de venta en articulación con las instituciones públicas.

Por otro lado, en este tiempo también la asistencia técnica se vio disminuida. Los técnicos al estar imposibilitados de ir a terreno por la restricción de la circulación, dejaron de asistir en un primer momento y paulatinamente fueron retomando sus actividades, tales como asistir en la

⁶ Algunas productoras destacan que las ventas en esos canales representaban un porcentaje muy alto de los ingresos familiares lo cual vuelve la situación muy angustiante en algunos casos más que en otros.

formulación de proyectos para la producción que luego impactarán en las ventas en el almacén. Tanto los técnicos como los productores destacan la ausencia de políticas públicas específicas para el sector de la agricultura familiar en los territorios, especialmente en este tiempo de pandemia.

Una de las técnicas que acompaña a la Asociación Progreso de la Agricultura Familiar agrega que ante las dificultades para la comercialización no hubo medidas desde el estado para mitigar la situación, tampoco planes de ayuda a la pequeña producción. Solo desde la cámara de diputados se abrió un espacio para que las organizaciones de la provincia pudieran actualizar sus personerías jurídicas, balances y demás trámites necesarios para su sostenimiento. Los convenios y acuerdos de cooperación entre las organizaciones y las distintas instituciones del estado siguen vigentes, aunque estancas. Así lo manifiesta una productora:

“No hubo cambios en las relaciones con el estado ni para bien ni para agravar la situación... Las relaciones no se modificaron con el estado, siguen latentes” (Entrevista Productora dpto. Banda).

Esta ausencia del estado y de políticas públicas dirigidas al sector, se profundiza aún más con la llegada de la pandemia. Pues como mencionan algunos autores (Jara, 2020; INTA, 2020b), la política agraria del gobierno de Macri (2015-2018) estuvo orientada a apoyar al sector del agronegocio, al mismo tiempo que generó un vaciamiento de instituciones y organismos dedicados al sector de la agricultura familiar, despidos masivos de técnicos de la Secretaría de Agricultura Familiar y el INTA y eliminación de programas de financiamiento y ayuda técnica. Esto explica en parte las dificultades que enfrentan las experiencias analizadas, las cuales recibieron originalmente apoyo del estado.

En el caso del Almacén Campesino, la vinculación que tenían con el municipio, se vio fortalecida, ya que los acompañó en una nueva iniciativa de comercialización, la feria itinerante, un nuevo espacio de comercialización que funciona desde el mes de noviembre y donde participan unos 20 productores. Este espacio surge en plena pandemia, como una propuesta del “Programa Nuestra Huerta” que depende del poder ejecutivo municipal local. El programa consiste en entregar kits de semillas orgánicas producidas en la huerta orgánica⁷ que tiene el municipio de Termas de Río Hondo. De este modo, el programa incide directamente en la conformación de este nuevo espacio de comercialización retomando así el contacto entre el productor y el consumidor, con la venta de verduras que se producen como excedente de las huertas familiares. La feria itinerante la realizan de forma mensual transitando diferentes localidades del departamento, mientras se preparan con gran expectativa para la apertura del turismo en la ciudad de Termas de Río Hondo para el mes de diciembre. Esta feria reúne a productores de diferentes comunidades y representan a varias organizaciones, el producto principal que ofrecen son verduras frescas, pero también se incorporaron panificados y dulces.

“Tuvimos ayuda del intendente de Termas de Río Hondo...” (Entrevista Productora de Termas de Río Hondo).

Esta iniciativa llevada a cabo por los productores de Termas de Río Hondo constituye un claro ejemplo de solidaridad entre agricultores, fruto de la experiencia de varios años y la concientización de que nadie sale de la crisis en forma individual, sino que apuestan a lo comunitario, al trabajo en conjunto, a la creación de lazos solidarios que facilitan en gran medida la producción y la comercialización de sus productos.

En cuanto al proceso de fortalecimiento de las organizaciones también se vio afectado, la falta de reuniones y de la asistencia técnica impactó negativamente en las comunidades, ya que las familias no se pudieron ver y dialogar respecto a su emprendimiento en conjunto que tenían. Las productoras valoran mucho las reuniones, las capacitaciones, los encuentros que realizaban antes de la pandemia y que lamentablemente, durante este tiempo no lo pueden realizar. No

⁷ El Municipio de Termas de Río Hondo es uno de los municipios a nivel provincial cuenta con la certificación nacional de huerta orgánica

obstante, como aprendizaje rescatan que a pesar de las dificultades que tuvieron, primó un gran compañerismo, el cual se plasmó en la participación de los jóvenes, quienes estaban menos expuestos al virus. Esta solidaridad entre los compañeros en este tiempo de pandemia fue muy valorada por los productores.

5. Tejiendo redes en tiempos de pandemia

5.1. El papel de las redes comunitarias en la pandemia

Un aspecto que caracteriza al sector de la agricultura familiar, además de las formas de producir y comercializar sus productos, es el despliegue de redes que buscan la construcción de modelos de organización social en un contexto donde el agronegocio es hegemónico, pero también tiene grietas e intersticios donde germina la resistencia (Jara, Gutiérrez y Hoffman, 2016).

Los agricultores apuestan al asociativismo, al trabajo en conjunto, entre familias vecinas vinculadas mediante una organización, ejemplo de ello representan los casos estudiados. Así también la promoción y el fortalecimiento de las sinergias con otras organizaciones de la agricultura familiar resulta fundamental para avanzar en la consolidación del sector como interlocutor frente a las agencias gubernamentales. Esta estrategia de construcción colectiva es posible a partir del propio reconocimiento de la diversidad de demandas, la transversalidad de ciertas problemáticas y sobre todo sus potencialidades (Jara, Gutiérrez y González, 2019).

Esta capacidad de trabajo colectivo y/o asociativo se convierte, en muchos casos, en una herramienta para recuperar rápidamente su capacidad productiva y de comercialización luego de las crisis externas (Van derPloeg, 2020). Los casos estudiados tienen una trayectoria de construcción colectiva donde la comercialización conjunta de los productos de todas las familias involucradas se posiciona como motor y sostén de la experiencia. Las discusiones y los acuerdos respecto a qué producir, cómo producir, a cuánto vender, dónde vender, cómo vender y con quién articular se logran en esos espacios de participación democrática.

En las organizaciones con las cuales se trabajó en el artículo se observa un gran despliegue de redes comunitarias locales. Estas redes es lo que Van derPloeg denomina como “telaraña rural”, entendiendo la misma como el conjunto de actores, recursos, instituciones y vínculos entre otros, que se encuentran estrechamente entrelazados y son interdependientes (Van derPloeg, 2011).

El fortalecimiento de las propias organizaciones y su articulación con otros actores es una estrategia que se destaca en los agricultores familiares en general en la provincia. El aislamiento y las amplias distancias que separan las comunidades rurales de la provincia llevan a que las mismas refuercen sus vínculos comunitarios. De este modo la solidaridad comunitaria toma un gran valor en las comunidades campesinas.

“Quienes vivimos en Pozo Hondo o Clodomira hemos podido reforzar los lazos locales con nuestros vecinos, nuestros parientes, y de esta manera hemos podido salir adelante un poco con nuestras ventas. Esto ha sido importantísimo, pero sabemos que para las compañeras que viven alejadas en el campo les ha sido muy difícil que puedan tener estos lazos” (Entrevista Productora del dpto. Jiménez).

Ante esta situación, los agricultores familiares tienen grandes expectativas con el regreso a los espacios de comercialización conjunta, reencontrarse con sus compañeros y compañeras de resistencia y seguir fortaleciendo estos espacios de visibilización. Al respecto una productora decía lo siguiente:

“La expectativa que sea algo bueno, que nos volvamos a reencontrar, no como del año del covid..., sino de cuando empezamos que han sido los mejores momentos y ventas que hemos tenido...para hacer un buen compañerismo, que se agregue más gente para poder atender el almacén, que nos va a dar mucha vida”. (Entrevista a Productora de Termas de Río Hondo).

Estos mercados (el almacén y las ferias) son espacios comunes: no son propiedad de actores privados, no están a la venta y tienen el potencial para convertirse en partes fuertes y sólidas de las economías locales (Van derPloeg, 2020; INTA, 2020). La pandemia deja una amplia evidencia acerca de que en muchos lugares del país y del mundo, los mercados campesinos o los circuitos cortos de comercialización se convirtieron en los principales canales de aprovisionamiento de alimentos.

El entramado comunitario termina convirtiéndose en un recurso de uso común, satisfaciendo muchas necesidades, generando oportunidades a distinto nivel, y al mismo tiempo haciendo un puente para permitir que las familias se vinculen con otros actores sociales tanto dentro como fuera del territorio (Rodríguez, Gutiérrez, 2019).

5.2. El vínculo con programas y agentes estatales

Tal como se viene manifestando, la capacidad de recuperación del sector depende en gran medida de cómo se relacionan los ciudadanos agricultores con las políticas estatales. Analíticamente, la capacidad de reaccionar de manera ágil se basa en la base de recursos propios que se reproduce permanentemente en la propia explotación agrícola. Esta capacidad depende mucho de la historia, de las relaciones ciudad-campo, de la fuerza de los repertorios culturales y, de hecho, de las relaciones entre el estado y la agricultura familiar (Van del Ploeg, 2020).

Las organizaciones campesinas se caracterizan por tener fuertes lazos de solidaridad, y un gran despliegue de redes que realizan como estrategia de reproducción. Ambas organizaciones mantienen relación con programas nacionales como la Subsecretaría de Agricultura Familiar, o el Instituto de Tecnología Agropecuaria, por ejemplo.

Pero también podemos citar ejemplos a nivel provincial, como la relación que tienen con las Agencias de Desarrollo que depende del Ministerio de la Producción de la Provincia y una variedad de programas que ejecutan como el Pro-Granja, el Pro-Carne, el Plan Apícola⁸, la campaña alfalfa y algodón, entre otros. Otra línea de vínculos que trabajan estas organizaciones son aquellas vinculadas con lo local, municipios, comisiones municipales, Jefatura de Gabinete, Cámara de Diputados, con los cuales tienen una relación más o menos estable.

Además de las estrategias mencionadas se destaca la articulación que desarrollan con aquellas entidades privadas, como por ejemplo en el caso del Almacén Campesino de Termas de Río Hondo, la Cámara de Hoteleros o contactos con dueños de restaurantes o pequeños comerciantes que compran sus productos. Finalmente, en el caso de Asociación es importante resaltar el fuerte vínculo que mantienen con la Universidad Nacional de Santiago del Estero con la cual tienen un convenio de cooperación vigente y desarrollaron por largo tiempo acciones en conjunto.

En general podemos decir que estos vínculos se han mantenido, pero la particularidad que se destaca de las entrevistas es que se reforzaron los lazos locales y comunitarios. El Almacén Campesino ha podido afianzar su relación con diferentes áreas del municipio local, buscando nuevas alternativas a la comercialización de sus productos, el ejemplo concreto es la Feria itinerante que realizan actualmente como nueva estrategia para la venta de sus productos.

Respecto a la Asociación, la relación con la Universidad se mantiene aunque sin posibilidades de reiniciar la feria mientras continúen las medidas de no presencialidad en la institución. Una oportunidad que surge es el mercado Armonía (ubicado en la ciudad Capital de Santiago del Estero) como espacio de comercialización. Sin embargo, los entrevistados dejan ver las grandes dificultades que tienen para llegar allí: el costo del transporte es muy alto, se deben tramitar las autorizaciones para circular y no cuentan con apoyo de alguna institución más local como municipales o comisionados de los departamentos Banda y Jiménez. En efecto, sostener este canal resulta prácticamente imposible.

En relación a los programas nacionales observamos que el vínculo se dilató en el periodo de pandemia, la imposibilidad de llegada al territorio de planes o programas nacionales fue notoria

⁸Estos programas dependen del Ministerio de la Producción del gobierno de la provincia de Santiago del Estero.

para los productores. Sin embargo, los productores destacan la presencia del gobierno provincial como principal acompañamiento en este momento de crisis sanitaria, especialmente atendiendo las áreas de salud y el cuidado de los ciudadanos.

En ambos casos, se observa que durante la pandemia el vínculo local se ha consolidado, tanto a nivel estatal como con actores privados, reforzando además la relación con sus propias comunidades y localidades cercanas. En este sentido tenemos que destacar el acompañamiento de agentes estatales, particularmente los técnicos que viven en las localidades, en este período el apoyo técnico y de contención fue permanente en ambos casos. Algunos técnicos mantuvieron su vínculo, ya sea mediante llamadas o WhatsApp en una primera etapa de la pandemia y luego con visitas a las familias, aunque sea de forma esporádica, cuanto la situación de aislamiento fue levantada. Este apoyo fue fundamental para la promoción y la comercialización de los productos de las asociaciones.

“La ingeniera Silivina y Marcela nos ayuda un poco con la semilla que nos dan, los frascos para comprar, nos han facilitado” (Entrevista Productora de Termas de Río Hondo).

Como vemos la intervención estatal no es un proceso lineal, se trata de un proceso complejo cargado de contradicciones en los que se ponen en juego diversas estrategias, tanto en los modos de intervención de los agentes estatales, como en las formas de apropiación de los recursos por parte de los productores (Jara, Gutiérrez y González, 2019).

6. Reflexiones finales

Abordar los procesos de comercialización en agricultores familiares en contextos de pandemia, implicó sumergirse en un universo de prácticas tanto tradicionales como emergentes. En primer lugar, una característica central de la agricultura familiar fue la construcción de redes para insertar su producción. Por consiguiente, esta característica de telaraña en la que se encuentran imbricados los procesos de comercialización corresponde a una práctica tradicional de la agricultura familiar, que les permite su supervivencia en un contexto de relaciones mercantiles.

En el Almacén Campesino las familias, al verse afectadas por la falta de turismo, debieron generar nuevas estrategias de venta, comercializando sus productos mediante el boca a boca, aprovechando las relaciones de proximidad con los consumidores, buscando focalizar la venta en aquellos productos más requeridos por los compradores y a través de las relaciones de confianza establecidas entre unos y otros. Asimismo, los productores de la Asociación Civil Progreso de la Agricultura Familiar estrecharon lazos con vecinos, parientes y buscaron acercarse a las localidades de mayor densidad poblacional las producciones de aquellas familias que se encontraban en parajes de difícil acceso.

Otra de las prácticas que las familias retomaron en estos tiempos fue la incorporación de nuevos integrantes de la familia al trabajo en el predio, aumentando de esta manera los niveles de productividad y calidad de los productos. Tal es el caso de los jóvenes, quienes a raíz de encontrarse estudiando virtualmente por la pandemia, se involucraron en mayor medida en la producción predial familiar.

En segundo lugar, las prácticas de comercialización que emergieron estuvieron centradas en la difusión mediante medios electrónicos (WhatsApp, Facebook) y el vínculo con organismos e instituciones del estado. Así, se estrecharon nuevos intercambios con el municipio de la ciudad de Termas de Río Hondo, a partir de las ferias itinerantes y con comerciantes privados, como el Mercado Armonía de la ciudad capital de Santiago del Estero, como lo muestra el caso de la Asociación Civil Progreso de la Agricultura Familiar.

Los agricultores, destacan como aprendizaje *“a los demás cuidarlos tanto como a uno mismo”*. A partir del presente trabajo se observa una creciente necesidad de parte de los agricultores familiares de vincularse con programas estatales en sus diferentes formas y, de este modo, combinar la ayuda pública con la privada y la familiar. Por consiguiente, es manifiesto la

urgencia de concretar políticas públicas estatales dirigidas al fortalecimiento de la producción y de la comercialización de los productos de la agricultura familiar.

Al inicio de esta investigación se planteó como hipótesis que la capacidad de adaptación que tiene la agricultura familiar hace posible su re-emergencia en situaciones de crisis. En estas experiencias los productores innovaron sus canales de comercialización, creando grupos de consumidores a través de WhatsApp y de publicaciones en las redes sociales. Buscaron mantener los precios aunque el incremento en los costos de ciertos insumos necesarios (frascos de vidrio, semillas, transporte, entre otros) conllevó a un aumento paulatino de algunos productos. Otra estrategia emergente la incorporación de nuevos rubros como ser la elaboración de comidas caseras y viandas posibilitando no solo la diversidad de producción sino también de los ingresos. Entonces, la agricultura familiar a partir de sus prácticas y relaciones comunitarias se amolda y se reconfigura creando nuevos espacios, a pesar de la invisibilización que promueve el régimen capitalista de consumo de alimentos.

Entre las principales debilidades de este tipo de comercialización mediante redes sociales (tanto reales como aquellas provistas por la tecnología) están relacionadas con la comunicación y conectividad. Muchos productores viven alejados de las grandes ciudades e incluso de los pueblos o centros más poblados de los departamentos donde se ubican sus predios, haciendo difícil en tiempos de pandemia, la comunicación con sus pares y las posibilidades de realizar ventas a través de redes sociales.

El rol del estado es central como mediador de estos procesos, principalmente para garantizar que los productos de la agricultura familiar cuenten con infraestructura básica en materia de comunicaciones, caminos y rutas para sobrevivir en el contexto (durante y después) de la pandemia Covid19. Esta constituye una demanda histórica de parte de las organizaciones sociales, y que deben ser resueltas de manera inmediata para pensar luego en otro tipo de políticas públicas más relacionadas a la venta de sus productos.

La institucionalidad abocada al desarrollo rural y la agricultura familiar, en sus múltiples niveles, también debe pensar en tender múltiples lazos a los agricultores familiares en este momento de pandemia y luego en la pospandemia. Con el COVID - 19, la forma de vida de los ciudadanos se modificó, entonces las estrategias por las cuales se interviene deben modificarse, deben amoldarse a este nuevo y futuro escenario, entonces, se hace necesario contar con políticas públicas de diverso alcance, aquellas más macro, pero también acciones de gobierno que estén presentes en los territorios de manera local, como ser las nuevas formas de comercialización.

Finalmente, destacamos, que, si bien encontramos este tipo de iniciativas en crecimiento, no debemos olvidar que todavía son experiencias limitadas, es por ello que, entendemos que es necesario pensar en una maquinaria burocrática estatal más activa, que se adapte a las necesidades del territorio, que se adecue y amolde a la pospandemia con estrategias de intervención dinámicas, actuales y acordes a los tiempos en que los ciudadanos viven a fin de promover las fortalezas de la agricultura familiar.

7. Bibliografía

- Andrieu, J. y Brignardello, M. (2020). Las Análisis de Circuitos Cortos de Comercialización en San Juan. *RevIISE-Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 15(15), 25-40.
- Aquino, Alejandra (2013). "La comunalidad como epistemología del Sur, aportes y retos". *Cuadernos del sur. Revista de Ciencias Sociales*. (34), 7-20
- CEPAL (2016). *Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar. Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana*. Disponible en: <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/40688>
- Craviotti, Carlos. y Wilches, Ronald Soleno (2015). "Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina". En: *Mundo Agrario*, Vol. 16, N°33, pp. 1- 19. En línea: <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/5858>

- Craviotti, C. (2020). *Reflexiones sobre el impacto de la pandemia en la Argentina, y la posibilidad de fortalecer los sistemas alimentarios locales*. Buenos Aires, IADE. Disponible en: http://www.iade.org.ar/system/files/reflexiones_sobre_el_impacto_de_la_pandemia_en_la_argentina_esp_2_0.pdf
- Frediani, Guido (1992). *Aspectos económicos en la zona semiárida de Santiago del Estero*. Disponible en: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/30109/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- FAO (2020). *Seguridad Alimentaria bajo la pandemia de COVID19*. Informe Especial. http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/rlc/docs/covid19/Boletin-FAO-CELAC.pdf
- FONAF. (2006). *Documento Base del FONAF para implementar las políticas públicas del sector de la Agricultura Familiar*. Disponible en: http://www.fonaf.com.ar/documentos/Documento_base_FoNAF.pdf
- Gauna, Diego, González, Leticia y Delgado, Tomás (2020). *Geopolítica, mercados y seguridad alimentaria: efectos iniciales e interrogantes de mediano plazo en la pandemia del COVID-19*. Ediciones INTA. Disponible en: <https://inta.gob.ar/documentos/geopolitica-mercados-y-seguridad-alimentaria-global>
- Gutiérrez, Marta (2018). *Los movimientos sociales agrarios y su incidencia en las políticas públicas: ¿Autonomía, cooptación o militancia? El caso del Foro Provincial de Agricultura Familiar en Santiago del Estero en el periodo 2006-2012*. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Tucumán.
- Jara, Cristian (2020). “Brotos que no quieren marchitar. El movimiento de ferias y las políticas para la agricultura familiar en Argentina (2015-2018)”. *Polis Revista Latinoamericana*, N° 55. En línea: <https://www.polis.ulagos.cl/index.php/polis/article/view/1450>
- Jara, Cristian, González Viviana y Gutiérrez, Marta (2019). Disputa y resignificación de las políticas públicas. La participación del semillero campesino de Figueroa en un clúster de alfalfa (Santiago del Estero). *ReviISE* Vol. 14, Año 14, pp. 147-159. www.reviise.unsj.edu.ar
- Jara Cristian, Gutiérrez Marta, Hoffman Maia (2016). “Resistir produciendo. Las luchas proactivas de las organizaciones de agricultores familiares en el departamento Figueroa (Santiago del Estero)”, *Espacio Abierto: cuaderno venezolano de sociología*, Vol. 25, N° 3, pp. 291-310. En línea: <https://www.redalyc.org/pdf/122/12249678021.pdf>
- INTA. (2020) a. Innovar en tiempos de pandemia. Agricultura familiar en la Argentina. https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_innovar_en_tiempos_de_pandemia_0.pdf
- INTA (2020) b. Impacto de la emergencia sanitaria por COVID-19 en las cadenas productivas de la agricultura familiar de Salta y Jujuy. Reporte INTA. https://inta.gob.ar/sites/default/files/impacto_del_covid_en_las_cadenas_productivas_de_la_agricultura_familiar_del_noa_-_inta.pdf
- Infante, Camila y Suárez, María Victoria (2020). “Los circuitos cortos de comercialización y su relación con los estilos de producción. Un estudio de caso en pequeños productores hortícolas de Santiago del Estero, Argentina”. *Espacio Abierto: cuaderno venezolano de sociología*, Vol. 29, N° 3, pp. 68-86. En línea: <https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/34463>
- Long, Norman (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. San Luis de Potosí: CIESAS.
- Obschatko, Edith, Foti, María del Pilar y Román, Marcela (2006). *Los pequeños productores en la República Argentina. Importancia de la producción agropecuaria y en el empleo en base al Censo Nacional Agropecuario 2002*. Buenos Aires: SAGYP/IICA. Disponible en: <http://repiica.iica.int/docs/D0001E/D0001E.pdf>
- Osorio, A. G. (2013). La Comunalidad como herramienta: una metáfora espiral. *Cuadernos del sur, Revista de Ciencias Sociales*, 18 (34), 39-56. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/286/28643473007.pdf>.

- Paz, R. y Infante, C. (2020). Circuitos cortos de comercialización: el juego entre lo disponible y lo posible en la agricultura familiar. *Economía Y Sociedad*, 25(58), 1-25. <https://doi.org/10.15359/eyes.25-58.3>
- Paz, R., Jara, C., y Nazar, P. (2013). Economía social y agricultura familiar. La experiencia de la Feria de Villa Río Hondo (Argentina). *Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social*, 13(25), 53-74.
- Paz, Raúl, De Dios, Rubén y Gutiérrez, Marta (2014). *La Agricultura familiar en Santiago del Estero. Cuantificación y análisis a partir de los datos del Registro Nacional de la Agricultura Familiar*. San Miguel de Tucumán: Magna.
- Paz, Raúl, Lipshitz, Héctor; Zerda, Hugo Raúl y Tiedeman, José (2015). “Estructura Agraria, Áreas de concentración de la agricultura familiar y procesos de expansión de la frontera agropecuaria en Santiago del Estero, Argentina”. *Revista NERA*, N° 27, pp. 259-279. En línea: <https://revista.fct.unesp.br/index.php/nera/article/view/3383>
- RENAF (2013). *Relevamiento Provincial, desagregado por Departamento*. Documento interno de la Secretaría de Agricultura Familiar, Delegación de Santiago del Estero.
- Robles, Marcela del Valle. (2020). *Pandemia y agricultura familiar: Hablan las familias del Oeste Santiagueño*. INTA- EEA. Santiago del Estero.
- Rodríguez Sperat, Ramiro, Paz, Raúl, Suárez, María Victoria, y Díaz, Juan Pablo (2015). “Construyendo mercados desde la propia finca. Tres experiencias en la agricultura familiar”. *Revista Agro Sur*, Vol.43, N° 1. DOI:10.4206/agrosur.2015.v43n1-02
- Rodríguez-Sperat, R. y Gutiérrez, M. (2018). El uso en común de recursos en las explotaciones campesinas sin límites definidos. Un estudio de caso en Atamisqui, Santiago del Estero. En Paz, Rodríguez y Jara *Sistemas comunales, estructura agraria y explotaciones sin límites definidos*. Editorial EDUNSE: Santiago del Estero
- Santiago Educativo. (2016). <http://santiagoeducativo.com/>
- Sotomayor, Octavio (2013) *Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición*. Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre. CEPAL.
- Suárez, M. V, Sarmiento, R. y Corvalán, S. (2016) Las ferias como circuitos cortos de comercialización en la agricultura familiar. El caso del grupo precooperativo Progreso Familiar de la Región Banda-Jiménez en Santiago del Estero. En Gutiérrez, Marta y González, Viviana *Desarrollo rural, política pública y agricultura familiar, reflexiones en torno a experiencias de la agricultura familiar en Santiago del Estero*. San Miguel de Tucumán: Magna.
- Santos, B. (2006). *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social*. Buenos Aires: CLACSO.
- Santos, Boaventura y Rodríguez, Cesar (2011). “Para ampliar el canon de la producción”. En Santos, B. (comp.). *Producir para vivir: los caminos de la producción no capitalista*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Schiavoni, Gabriela (2010). “Describir y prescribir: la tipificación de la agricultura familiar en Argentina”. En: Manzanal, M. y Neiman, G. (comp.), *Las agriculturas familiares del Mercosur. Trayectorias, amenazas y desafíos*. Buenos Aires: Ciccus.
- Suárez, María Victoria y Infante, Camila Mariana (2020). “Agricultura familiar y sistemas comunales en Santiago del Estero (Argentina): producir y comercializar en tiempos de pandemia”. *Revista Estudios Rurales*, en prensa.
- Svampa, M. (2020). Reflexiones para un mundo post-coronavirus. *Revista Nueva Sociedad*, abril 2020. Recuperado de <https://www.nuso.org/articulo/reflexiones-para-un-mundopost-coronavirus/>
- Van derPloeg, J. D. (2020). From biomedical to politicoeconomic crisis: the food system in times of Covid-19, *The Journal of Peasant Studies*, DOI:10.1080/03066150.2020.1794843
- Wahren, Juan (2020). “Pandemia y alimentos en la Argentina”. *BORDES*, N° 18, pp., 207-216.