

Producción de alimentos y nuevas alternativas de comercialización en Bahía Blanca en pospandemia

Food production and new marketing alternatives in Bahía Blanca in post-pandemic

Nieto, María Belén; Alamo, Matías

 **María Belén Nieto** mbelen_nieto@hotmail.com
Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Argentina

 **Matías Alamo** malamo74@gmail.com
Departamento de Geografía y Turismo, Universidad Nacional del Sur, Argentina

Párrafos Geográficos

Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco, Argentina

ISSN: 1853-9424

ISSN-e: 1666-5783

Periodicidad: Semestral

vol. 2, núm. 22, 2023

parrafosgeograficos@fhcs.unp.edu.ar

Recepción: 15 Junio 2023

Aprobación: 27 Septiembre 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/739/7394581018/>

Resumen: En el espacio periurbano bahiense desde hace unos años se desarrollan formas de producción vinculadas a la agricultura familiar, las mismas tienen una trayectoria desde los primeros inmigrantes italianos que se asentaron en diferentes espacios, algunos más cercanos a Bahía Blanca y otros un poco más alejados como es el sector de quintas de Cerri y Sauce Chico (8 a 20 km distantes de Bahía Blanca). Desde la década del '80 estos espacios han sido ocupados por corrientes migratorias de origen boliviano y del Noroeste argentino quienes aportaron sus lógicas productivas. En los últimos años esta agricultura familiar periurbana se vincula con el espacio urbano a través de los canales cortos de comercialización, entendidos como instrumentos basados en las prácticas de la Economía Social, Solidaria y Popular.

En la actualidad, y con mayor fuerza a partir del año 2020 y por la situación generada por la pandemia de la COVID-19 observamos una multiplicación de formas y espacios de comercialización de las verduras y hortalizas y alimentos frescos, lo que nos conduce a preguntar: cuál es la relación urbano-rural y productor-consumidor, cómo influye este tipo de experiencias de producción y comercialización de esta otra economía a la interfase urbano-rural, y por último cómo se articulan los sujetos socioproductivos y los actores institucionales en el área de análisis y promueven otro tipo de desarrollo.

Palabras clave: Economía Social, Solidaria y Popular, circuitos cortos de comercialización, Bahía Blanca.

Abstract: In the peri-urban space of Bahía, for some years, forms of production linked to family agriculture have been developed, they have a history from the first Italian immigrants who settled in different spaces, some closer to Bahía Blanca and others a little further away such as the sector of farms of Cerri and Sauce Chico (8 to 20 km distant from Bahía Blanca). Since the 1980s these spaces have been occupied by migratory currents of Bolivian origin and from the argentinian Northwest who contributed their productive logics.

In recent years, this peri-urban family agriculture has been linked to the urban space through short marketing channels, understood as instruments based on the practices of the Social, Solidarity and Popular Economy.

At present, and with greater force from the year 2020 and due to the situation generated by the COVID-19 pandemic, we observe a multiplication of forms and spaces for the commercialization of

vegetables and fresh foods, which leads us to ask: what is the urban-rural and producer-consumer relationship, how does this type of production and marketing experiences of this other economy influence the urban-rural interface, and finally, how are socio-productive subjects and institutional actors articulated in the area of analysis and promote other types of development.

Keywords: Social, Solidarity and Popular Economy, Short marketing circuits, Bahía Blanca.

Introducción

La economía social, solidaria y popular (ESSyP) puede ser analizada desde varios puntos de vista, ya sea desde el aspecto económico como desde la perspectiva social y cultural. En este sentido, se puede pensar en vinculaciones entre esta variante de economía, los actores y los territorios donde la misma se desarrolla (Coraggio, 2016; Quiroga Diaz, 2008; Gago, Cielo y Gachet, 2018). También y como es el caso que presentamos en este trabajo detenernos en comprender la relación directa entre los circuitos cortos de comercialización, este tipo de economía y las prácticas socioprodutivas de los y las productores/as de la agricultura familiar. De esta manera, la economía social, solidaria y popular pone en juego un entramado de relaciones sociales y productivas que trascienden el mero análisis de utilidad económica.

Por lo antes señalado, los circuitos cortos de comercialización acortan las distancias físicas, evitan la intermediación, priorizan los aspectos sociales y culturales, a través de la confianza y los valores compartidos entre productores y consumidores en torno a las características de los productos que circulan, recuperan los vínculos entre los espacios rurales, periurbanos y urbanos y las relaciones productor-consumidor a través de la diversidad de actores socio-productivos que promueven y traccionan distintas experiencias socioprodutivas. Estos, se convierten en un instrumento fundamental para promover y desarrollar esta perspectiva económica, su auge se debe a una creciente demanda por parte de las/os consumidoras/es, que buscan productos locales, auténticos, saludables y de temporada. Los/as productores/as, en tanto, apuntan a capturar un mayor valor de su producción, ahorrar en otros segmentos de la cadena (transporte, embalaje, etc.) y crear valor a partir de activos inmateriales (marcas, anclaje e identidad territorial, autenticidad, lazo social). Asimismo, los circuitos cortos ayudan a crear nuevos lazos sociales, fomentan la equidad en los intercambios comerciales, favorecen la participación y aplican una lógica pedagógica que contribuye a una mayor autonomía de los actores y, con ello, a una mayor sostenibilidad e integración social.

En este contexto y partiendo del análisis de las prácticas socioprodutivas y las dinámicas comerciales presentes en la agricultura familiar en la ciudad de Bahía Blanca, en el año 2011, surge como experiencia de comercialización la Feria del Lago (situada en el Parque de Mayo), donde se daba comienzo a la venta en forma directa de verduras y hortalizas y productos de elaboración artesanal, provenientes de productores hortícolas del Sauce Chico (localidad perteneciente al partido de Villarino, distante 15/20 km de la ciudad de Bahía Blanca) y de emprendedores y emprendedoras locales. Esta experiencia con los

años se fue consolidando, expandiendo y diversificando en otras modalidades complementarias de venta como son las bolsas y bolsones de la Agricultura familiar y venta directa de pescado y carne de cerdo en distintos puntos de la ciudad.

A partir de lo expuesto, planteamos como objetivo general para este trabajo de investigación, explicar el desarrollo de las prácticas socioproductivas y las nuevas formas de comercialización y nuevos espacios en la ciudad de Bahía Blanca en los cuales los productores y productoras, los emprendedores y emprendedoras de la agricultura familiar se posicionan en el contexto de la pandemia provocada por la COVID 19.

Entre los objetivos específicos establecemos: indagar en las causas del surgimiento de estas modalidades de comercialización, estudiar al interior de ellas la organización y articulación de los actores socioproductivos y determinar la influencia que ha tenido el cambio en los estilos y dinámicas de consumo por parte de los habitantes de Bahía Blanca que construyen un consumo consciente, responsable, reflexivo respecto de las condiciones productivas, ambientales de proximidad en las que se han producido esos alimentos en fresco, el tipo de producción que sostiene, las relaciones de trabajo y de intercambio que promueve; un consumo consciente, responsable, organizado, que pueda expandirse y sostener a la agricultura familiar periurbana.

Para desarrollar estos objetivos, nos enfocamos en el marco teórico de la Economía Social, Solidaria y Popular, los circuitos cortos de comercialización y la Agricultura familiar. Para ello el abordaje metodológico es de carácter cualitativo, destacando la cartografía temática, las entrevistas a informantes claves del territorio y los estudios de caso que permiten demostrar cómo estas experiencias de comercialización se materializan en el territorio de estudio.

Marco conceptual y metodológico

A los fines del presente artículo, en primer lugar, es preciso definir a la economía social y solidaria (ESyS) como:

Un proyecto de acción colectiva que incluyen prácticas estratégicas de transformación y cotidianas de reproducción dirigidas a contrarrestar las tendencias socialmente negativas del sistema existente, con la perspectiva -actual o potencial- de construir un sistema económico alternativo que responda al principio ético ya enunciado [la reproducción y desarrollo de la vida]”. (...) “La solidaridad es, sin duda, un valor moral supremo, una disposición a reconocer a los otros y velar por ellos en interés propio. Pero también a cooperar, a sumar recursos y responsabilidades, a proyectar colectivamente. (Coraggio, 2016, p. 15).

En el concepto antes mencionado destacamos el principio de reproducción ampliada de la vida, entendida como un principio ordenador de teorías y prácticas económicas públicas, colectivas o individuales. Esta otra Economía tiene su carácter alternativo y de disputa con una economía capitalista hegemónica, se mantiene alejada de la lógica de maximización de ganancias, una de las características que predomina en la economía capitalista.

Al respecto, Coraggio (2013) señala que: “el término “solidario” no es una apelación moral sino una consideración objetiva: la única manera de lograr un sistema económico racional es afirmando la solidaridad y la complementariedad

antes que la competencia” (2013, p. 120). Entonces, la ESyS implica contribuir a desarticular las estructuras de reproducción del capital y a construir un sector orgánico que provea a las necesidades de todos y todas con otros valores, institucionalizando nuevas prácticas a partir de una lucha contra hegemónica contra el modelo de acumulación capitalista.

Hacia el interior de las experiencias que analizamos conformadas por productores, productoras, emprendedores y emprendedoras, que pertenecen a los diferentes eslabones de la cadena de valor, es necesario vincular a la ESyS con el enfoque de la economía popular (EP), al respecto algunos elementos que las distinguen son su alta heterogeneidad y fragmentación, las unidades domésticas tienen estrategias mixtas de recursos donde combinan los trabajos asalariados con la producción y elaboración de sus productos. Su reconocimiento implica la valoración social del trabajo doméstico de reproducción, altamente productivo, negado como generador de riqueza aunque satisface necesidades vitales sin la mediación del mercado.

En este sentido, Quiroga Díaz menciona que:

Las organizaciones que componen la economía popular están intrínsecamente orientadas hacia la reproducción ampliada de la vida de sus miembros; de ahí que se desarrollen sujetos y procesos de resistencia a la explotación del capital y alternativas económicas frente a la exclusión. Esta visión reconoce en los hombres y mujeres una enorme capacidad de agencia para la transformación de las estructuras económicas que tienen por objetivo la acumulación capitalista; lo que en esta perspectiva se alcanza mediante la construcción de un sector de ESS. (Quiroga Díaz, 2008, p. 84).

Entonces, se puede distinguir una dualidad entre los enfoques de la EP y ESyS, en este sentido, Gago, Cielo y Gachet (2018) señalan que por un lado:

Existe una visión dominante de encuadrarlas en el esquema de la informalidad, que enfatiza una economía realizada por personas pobres que desarrollan actividades desorganizadas, por fuera de los marcos legales. A partir de ello, toda una serie de conceptos y premisas se encadenan y deben criticarse: la informalidad como sinónimo de ilegalidad y las así llamadas economías de subsistencia como sinónimo de pobreza. Leídas en esta clave, estas economías en vez de estar ligadas con la crisis, funcionan como un factor de estabilización: es decir, contribuyen a la gestión de lo que se considera “poblaciones sobrantes” para los mercados laborales. Por otro lado, se encuentra la visión de las economías solidarias, en la que se reivindica a trabajadores que buscan la reproducción ampliada de la vida, en contrapunto a la acumulación capitalista, quienes a su vez pueden construir formas de trabajo cooperativas y sin afán de lucro. (Gago, Cielo y Gachet, 2018, p. 12).

Retomando lo anterior, nuestro planteo se opone a la idea de caracterizar a los trabajadores, trabajadoras, emprendedores y emprendedoras que conforman la EP como informales o que están fuera de la ley, esta caracterización se torna habitual porque la mayoría no forma parte del mercado laboral capitalista que los expulsa sistemáticamente. Además sus prácticas se orientan a la reproducción ampliada de la vida, guiadas por valores de reciprocidad y ayuda mutua. La comercialización alternativa que se desarrolla en esta Otra Economía no persigue el lucro, la maximización de la ganancia, sino como en todo proceso autogestionado, individual o colectivo, retribuir en forma justa el trabajo y sostener y mejorar sus condiciones de existencia. Luego de cubrir los gastos y el trabajo, pueden generar excedentes, que se reinvierten en mejorar las condiciones de producción-reproducción de las experiencias.

Su reconocimiento implica la valoración social del trabajo doméstico de reproducción, altamente productivo, negado como generador de riqueza, aunque satisface necesidades vitales sin la mediación del mercado. En este marco cobra importancia la concepción de la EP como respuesta política, organizada territorialmente en función de las necesidades para la reproducción de la vida.

Por lo tanto, no se trata solo de una reproducción de la vida en función de las necesidades materiales, productivas, de estrategias que generen ingresos económicos y que permitan esa reproducción en un sentido más amplio. Al respecto Campana y Rossi Lashayas (2020), señalan que la EP se manifiesta como:

Un conjunto de estrategias de reproducción social en un sentido amplio, colectivo y comunitario, cuyas prácticas concretas representan a su vez una disputa por su reconocimiento y por el cumplimiento de los derechos económicos, sociales y culturales fundamentales. De allí, su carácter económico-productivo, pero también político-organizativo y reivindicativo. (Campana y Rossi Lashayas, 2020, p. 248).

Entonces, es necesario plantear la materialización y visibilización de estas prácticas económicas alternativas en torno a Otras Economías, Social, Comunitaria, Solidaria y Popular, es decir una economía con derechos, ante una sociedad con una lógica de mercado en el espacio urbano, periurbano y rural.

Otro concepto que debemos incluir en este trabajo es el de agricultura familiar, al respecto seleccionamos una definición propuesta por el Foro Nacional de la Agricultura Familiar (FONAF), considerándola como:

Un tipo de producción donde la unidad doméstica y la unidad productiva están físicamente integradas, la agricultura es la principal ocupación y fuente de ingreso del núcleo familiar, la familia aporta la fracción predominante de la fuerza de trabajo utilizada en la explotación y la producción se dirige al autoconsumo y al mercado conjuntamente. (FoNAF, 2008, p. 9)

A partir de lo enunciado, esta adquiere un significado polisémico y un carácter político.

Comprender la importancia que tiene la agricultura familiar como principal productora de alimentos frescos para abastecer a los mercados urbanos de nuestro país, es una tarea que hoy nos interpela. Muchas de estas experiencias poseen poco volumen de producción, por ello les resulta muy difícil y problemático poder comercializar sus productos. Ante esta situación se torna prioritario promover y desarrollar nuevas formas de asociativismo enmarcadas en la Economía Social, Solidaria y Popular que le permitan comercializar sus productos sin tener que caer en las lógicas especulativas de la intermediación, construyendo nuevas formas de venta que acerquen al productor con el consumidor. Además, estas deben priorizar modos de producción, distribución, comercialización y consumo más sostenibles y más justos, sin explotaciones sociales ni ambientales, que transiten la agroecología, ofrezcan alimentos saludables, con precios justos, igualdad de género, desarrollo local, con organización y participación colectiva y con soberanía alimentaria.

Por último, es preciso definir el concepto de circuitos cortos de comercialización (CCC) íntimamente vinculados a lo expuesto anteriormente y entendidos como:

Aquellas formas de circulación agroalimentaria en las que sólo se dan uno o ningún intermediario entre producción y consumo. Las distintas modalidades que

adquieren estas prácticas “van más allá de un simple interés por alimentos saludables por parte del consumo, para establecer relaciones de confianza, en respuesta a una desconfianza generalizada frente a la globalización agroalimentaria. (López García, 2012, pp. 2-3).

Por lo tanto, los CCC, no sólo acortan las distancias físicas, sino que priorizan además los aspectos sociales y culturales, a través de la confianza y los valores compartidos entre productores y consumidores en torno a las características particulares de los productos que circulan. Se diferencian de las modalidades prevaletentes de abastecimiento alimentario, en las que existen múltiples eslabones - producción, transformación, distribución mayorista y minorista- y actores involucrados en ellos, lo que repercute en diferentes aspectos - sociales, económicos y ambientales-. Las formas de comercialización actualmente predominantes conllevan el distanciamiento territorial y social entre productores y consumidores, ya que por lo general estos últimos desconocen dónde y cómo fueron producidos los alimentos. Mientras que como afirma López García (2012), los CCC son:

Espacios económicos en los que producción y consumo mantienen un alto poder de decisión en cuanto a qué y cómo se produce, y en cuanto a la definición del valor de aquello que se produce. El tipo de experiencias que agrupamos dentro de esta categoría suele compartir además una base territorial común entre producción y consumo que permite una relación directa entre ambos extremos de la cadena agroalimentaria, por lo que se suele hablar de mercados locales como un concepto ligado al de CCC. (López García, 2012, pp. 2-3).

Los conceptos definidos permiten pensar la presente investigación desde una lógica diferente ya que los casos que presentamos parten de un modelo de producción, intercambio y consumo distinto.

Para abordar esta investigación, la metodología utilizada es de carácter cualitativo, haciendo hincapié en el trabajo de campo a partir de la realización de entrevistas en profundidad a los productores, huerteras y productoras, los emprendedores y emprendedoras y los agentes de extensión de la agencia INTA Bahía Blanca.

Además, recurrimos a conversatorios, entrevistas por plataformas virtuales con referentes e informantes claves de las ferias, mercados y espacios de la economía social, solidaria y popular.

La Agricultura Familiar en el periurbano bahiense, sus prácticas socio-productivas y dinámicas de comercialización.

Existe una gran diversidad de literatura acerca del concepto de espacio periurbano, algunos de corte urbanista donde la dinámica de los espacios periurbanos se analiza a partir del proceso de expansión de la ciudad y la consecuente transformación de las áreas rurales que la rodean. Para estos autores, el periurbano se concibe como un territorio que está expuesto a la presión urbana y que es susceptible de ser ocupado, ya que desde la perspectiva de la ciudad se lo considera generalmente como un área de reserva territorial (Ávila, 2004). Para estos autores prima la idea de una urbanización de lo rural, consecuencia de los procesos de crecimiento y expansión de las ciudades propias del mundo moderno. Entonces se percibe en esta conceptualización

un periurbano multifuncional, sometido a rápidos cambios y transformaciones vinculados al crecimiento de las urbes (Hernández Flores et al, 2014; Entrena, 2005). Sin embargo, también se destacan otro tipo de conceptualizaciones más ligadas a la dinámica de los espacios rurales, abordando la temática de las relaciones campo-ciudad en los espacios periurbanos; es decir subyace la idea de ruralización de lo urbano (Hernández Flores, 2014). En estos estudios se hace hincapié en las transformaciones que se producen en los espacios rurales cercanos a la ciudad como así también en las situaciones socioespaciales vivenciadas por los actores rurales de esos territorios (Delgado, 2003). Esta dicotomía presenta un desafío al intentar abordar nuestro territorio de estudio, el cual a su vez presenta características particulares al ser un periurbano fragmentado; por ello, en este artículo tomamos como referencia las definiciones de Leff (1998), Bozzano (2002) y Lorda y Duvernoy (2002) y Lorda (2006 y 2008). Al respecto Leff (1998) afirma que: “el periurbano es una franja que circunda la ciudad donde se superponen elementos urbanos con los rurales caracterizados por una dinámica particular donde confluyen multiplicidad de intereses como consecuencia de las racionalidades distintas” citado en (Lorda, 2005, p. 83).

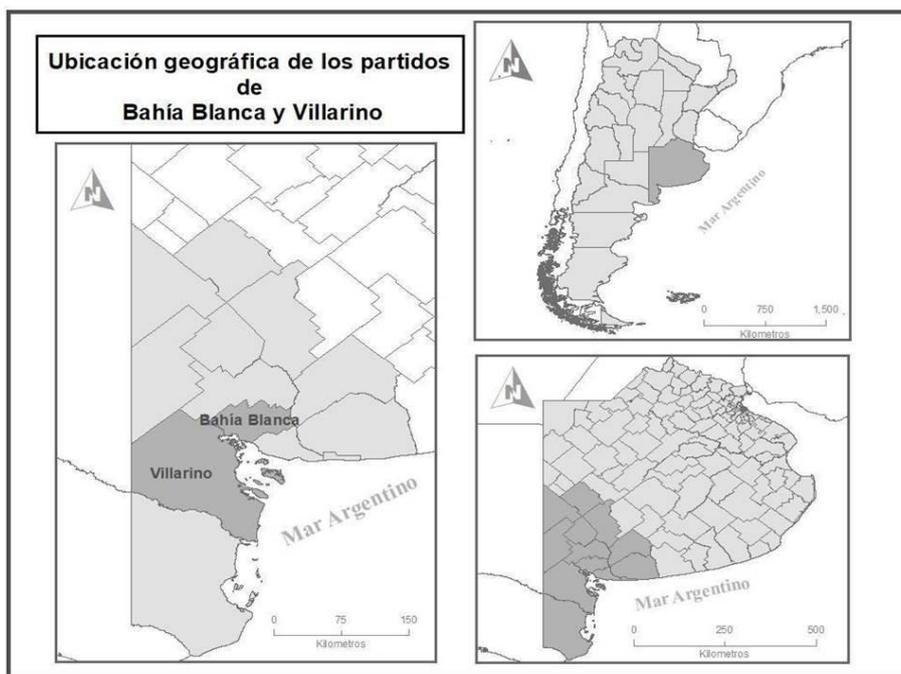


Figura N° 1

Partidos de Bahía Blanca y Villarino en el sur de la provincia de Buenos Aires

Fuente: Garabito, Cristian (2020).

El área de estudio se emplaza en el partido de Bahía Blanca ubicado en el Sudoeste de la provincia de Buenos Aires, con los partidos de Coronel Pringles, Tornquist, Villarino, Coronel de Marina Leonardo Rosales y con el Mar Argentino. El partido posee una población de 335.190 habitantes (INDEC, 2022) y su superficie total es de 230.000 hectáreas. La ciudad cabecera es Bahía Blanca y concentra la mayor población del partido. Entre sus principales localidades se destacan Ingeniero White -puerto comercial-, General Cerri, Grünbein, Cabildo y Villa Harding Green. De acuerdo con lo expresado por el Coordinador del Grupo Cambio Rural Productores Hortícolas de Sauce Chico

y Colonia La Merced (Pro.Sau.Chi) de la Agencia de Extensión INTA- Bahía Blanca, el partido posee en la actualidad 37 productores hortícolas ^[1] y 132 productores que se dedican a la cría de cerdos. Los productores hortícolas se concentran en el área de General Daniel Cerri, Sauce Chico, Colonia La Merced y Alférez San Martín en el límite entre los partidos de Bahía Blanca y Villarino. Entre las características de las unidades productivas hortícolas asentadas en el área de estudio, destacamos que el promedio de las explotaciones varía entre 5 y 10 ha. Las verduras y hortalizas que se cultivan son tomate, cebolla, acelga, lechuga, repollo, coliflor, zapallo, pimiento y maíz dulce. Esta producción se realiza en su mayoría en forma convencional y se comercializa principalmente en Bahía Blanca y Punta Alta.

En cuanto a los productores porcinos, su distribución territorial es más heterogénea, pero pueden distinguirse distintas áreas de criaderos, principalmente en el Sur de la ciudad y en el Noroeste. Esta distribución guarda una relación con los barrios y sectores con mayores niveles de marginalidad y vulnerabilidad social de la ciudad.

En relación a la comercialización, brevemente, se puede decir que durante muchos años, los y las productores hortícolas del periurbano bahiense al igual que los productores porcinos se caracterizaron por presentar serias dificultades para posicionarse en el mercado, ya que el sistema agroalimentario fomenta en nuestro país la concentración de los recursos productivos en pocas empresas que se encargan de la transformación y comercialización, En este sentido, los productores y productoras de la agricultura familiar se incorporan en dichos circuitos en condiciones desfavorables, como consecuencia de la falta de volúmenes de producción y de poder económico y social para la negociación.

A su vez, los mercados formales son aquellos en el cual se desarrolla una transacción de manera convencional, donde existen intermediarios, es decir el productor no vende directamente al consumidor. Para acceder a este tipo de mercados el productor debe estar registrado como tal e inscripto según la reglamentación vigente. Por otra parte, Caracciolo (2016) define como mercados no formales a las modalidades alternativas de comercialización que se caracterizan por ser ventas directas al consumidor o con mínima intermediación.

El auge de los circuitos de proximidad o circuitos cortos se debe, fundamentalmente, a una creciente demanda por parte de las/os consumidoras/es, que buscan productos locales, auténticos, saludables y de temporada. Los/as productoras/es, en tanto, apuntan a capturar un mayor valor de su producción, ahorrar en otros segmentos de la cadena (transporte, embalaje, etc.) y crear valor a partir de activos inmateriales (marcas, anclaje territorial, autenticidad, lazo social). Asimismo, los circuitos cortos ayudan a crear nuevos lazos sociales, fomentan la equidad en los intercambios comerciales, favorecen la participación social y aplican una lógica pedagógica que contribuye a una mayor autonomía de los actores y, con ello, a una mayor sostenibilidad e integración social (CEPAL, 2013). Citado en (Rosa, Muro, Marcos y Cowan Ros, 2020, p. 3.)

Es así como las ferias son una modalidad de relación directa productor-consumidor sin gestión estatal, en la medida que constituyen iniciativas que tienen como finalidad eliminar intermediarios al momento de venta, y donde el estado, si bien puede realizar acciones de apoyo y fortalecimiento, no es el actor principal en la medida que es el colectivo de feriantes el protagonista de la

experiencia. Así se generan tramas de valor, donde las relaciones tanto verticales como horizontales entre los actores locales contribuyen a generar valor agregado a nivel del territorio.

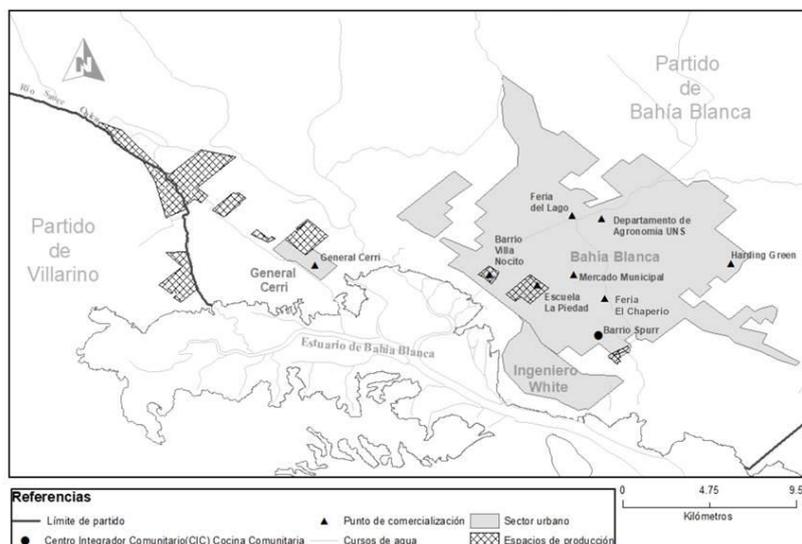


Figura N° 2

Espacios de comercialización de la ESSyP en Bahía Blanca

Fuente: Mauri, Antonella en base a Garabito Cristian (2020).

Por otra parte, es importante destacar en este apartado lo referente al marco normativo que promueve el desarrollo de la actividad hortícola en el partido de Bahía Blanca, donde se destacan la Ordenanza Municipal N° 8895. “Convenio promoviendo un cinturón hortícola en las cuencas del Sauce Chico y Napostá”. Fecha de sanción 20 de octubre 1995 y la Ordenanza Municipal N°: 18270 Título: Creando el “Programa Piloto de Desarrollo Hortícola Sostenible en el Cinturón Hortícola de Bahía Blanca” Fecha de promulgación: 29-10-2015. Además, otro de los instrumentos normativos que debemos señalar en términos del ordenamiento territorial en el espacio que analizamos es el Plan Director del Periurbano Bahiense y Centros de Interés Turístico Ambiental del Partido de Bahía Blanca, sancionado por la Ordenanza 15637/2010 y promulgado por el Departamento Ejecutivo Municipal, que instaló el debate en torno al límite del área urbana con su centro y periferia, cuestionando la existencia de vacíos en condición de ser urbanizados en la ciudad. Ante esta problemática se estableció el área periurbana de la ciudad con característica suburbana con el objetivo de generar nuevas urbanizaciones que aumenten la oferta de tierras en áreas paisajísticas de calidad. La habilitación de desarrollos suburbanos se instrumentó a partir de un concurso de propuestas, las cuales debían cumplir con determinados parámetros ambientales, de infraestructura y urbanísticos.

A partir del Plan Director se redefinieron las calificaciones generales del suelo urbano, complementario y rural, estableciendo los nuevos límites de la zona urbana y modificando los del área complementaria y rural provocando un aumento exponencial en los precios de las tierras periurbanas que generó en gran

parte del área circundante de la ciudad cambios en los usos del suelo. Espacios que antiguamente estaban destinados a la producción y el abastecimiento de alimentos en fresco, se convierten en la actualidad en loteos inmobiliarios destinados a sectores de ingresos medios y altos respondiendo a lógicas espaciales impuestas por el mercado.

Una problemática que se observa en torno a los productores y productoras es la propiedad de la tierra, gran parte de ellos son arrendatarios y no hay contratos de posesión de la tierra que permitan pensar en una cultura de producción de un cinturón frutihortícola para Bahía Blanca dada las condiciones precarias de esos contratos de alquiler y las lógicas especulativas inmobiliarias impuestas por el capital.

En este sentido, más allá de la normativa antes citada, el Estado municipal debería regular los usos del suelo, priorizar los sistemas agroalimentarios locales y fomentar la compra pública, sostener y propiciar la venta directa de los productores y consumidores, a través de programas de promoción de consumo a la agricultura familiar, subsidios para enfrentar problemáticas como logística, higiene y cuidado ambiental.

Ferias y nuevos espacios de comercialización en el periurbano bahiense.

Las experiencias que analizamos se desarrollan en el contexto de la emergencia socio-sanitaria y el consecuente Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) establecidos por la pandemia de COVID-19 que agudizó las problemáticas sociales, económicas y políticas que enfrentaba la Argentina a inicios del año 2020. El ASPO decretado por el Ejecutivo Nacional, al menos durante la primera etapa que abarcó del 20 de marzo al 12 de abril; y que luego se prorrogó, en distintas etapas y modalidades, hasta mediados de octubre de 2020.

En el marco de la pandemia, la demanda de productos frescos -ya sea en puerta a puerta o en nodos de consumo- aumentó exponencialmente y, por lo tanto, en muchos casos aquellas organizaciones de la agricultura familiar y de la economía popular, social y solidaria, generaron dispositivos que permitieron aumentar en gran medida las ventas y la llegada a nuevos consumidores.

En relación con la comercialización es importante destacar que las experiencias de ferias, bolsones y ventas directas en el territorio que analizamos, pretenden valorizar la producción local y ofrecer una alternativa de comercialización que acerque a los pequeños productores con los consumidores, evitando la cadena de intermediarios y las prácticas y lógicas especulativas. Estas prácticas productivas permiten aumentar la calidad de los alimentos porque son frescos y producidos a pequeña escala, sin la utilización de agroquímicos y a poca distancia entre el lugar de producción y el de la entrega a los consumidores.

En este sentido, se desarrollan distintas ferias y mercados, entre ellas las del Lago en el Parque de Mayo, de emprendedores de Villa Harding Green, de la Economía Popular en la plaza Rivadavia y Agroecológica del Parque Boronat, el mercado del Puerto en la localidad de Ingeniero White y la feria de Pato en el barrio Rivadavia.

En cuanto a la feria del Lago, la misma funciona en el Parque de Mayo, desde hace más de diez años todos los domingos, en el horario 13.00 a 20.00

hs. Los productores del Pro.Sau.Chi (Productores hortícolas de Sauce Chico y Colonia La Merced) tienen un puesto permanente donde ofrecen verduras y hortalizas en fresco. Entre los productos que se ofrecen, se destacan los alimentos, los panificados, las verduras y hortalizas en fresco, los plantines de plantas ornamentales y aromáticas, las artesanías en madera, cerámica, juguetes didácticos, textiles y tejidos. También se comercializan cosméticos naturales, elaborados a base de hierbas medicinales, aceites vegetales vírgenes y minerales. En la actualidad hay más de 30 productores emprendedores que ofrecen sus productos. La feria es un proyecto de Cáritas Arquidiócesis Bahía Blanca que también incluye un espacio cultural y popular, con la difusión de música e intervenciones culturales. (Alamo y Nieto, 2019).

Por otro lado, la feria de emprendedores de Villa Harding Green comenzó a funcionar en el año 2015 en el barrio homónimo se encuentra distante a seis kilómetros del centro de la ciudad de Bahía Blanca, y allí una productora ofrece periódicamente verduras y hortalizas de estación.

Otra de las experiencias analizadas, la feria de la Economía Popular en la plaza Rivadavia, en el centro de la ciudad de Bahía Blanca es un espacio de comercialización que comenzó a funcionar en febrero del año 2020 con el objetivo de poner a disposición de los vecinos frutas, verduras, hortalizas y panificados a un precio justo. Las verduras y hortalizas son provistas por productores del partido de Villarino y el precio se establece en forma colectiva a través de reuniones mensuales. Entre los organizadores se encuentran la agrupación política Nuevos Vientos, el Partido del Trabajo y el Pueblo, la Corriente Clasista y Combativa y la Federación Nacional Campesina. La periodicidad es quincenal desarrollándose los viernes por la mañana.

Al respecto uno de los organizadores señala: "En esta feria hay diversidad de producción tanto verduras y hortalizas de productores y productoras de Villarino, como productos artesanales y panificados. El objetivo de la feria es "demostrar que es posible que haya productos sanos, baratos y de calidad".^[2]

La gran mayoría de la gente que va a comprar a la feria son jubilados y jubiladas que buscan hacer diferencia en el precio obteniendo un producto de calidad, además de los feriantes y los integrantes de las organizaciones que coordinan este espacio.

Un aspecto para destacar es que muchos de los productores locales que son invitados a feriar a veces no tienen volumen de producción ya que están participando de otras formas de comercialización que han surgido en Bahía Blanca y el periurbano, como son los bolsones u otras ferias locales.

Y por otra parte la importancia que tiene el lugar elegido para establecer la feria, es un espacio central de la ciudad ya que es la principal plaza y está localizada frente al edificio municipal de gobierno, espacio con un gran tránsito peatonal y donde se puede llegar de manera simple en transporte público. Esto fue muy auspicioso por el volumen de venta de esos primeros encuentros, que además contaron con una muy buena difusión en los medios de comunicación.

Después de esas ferias de marzo de 2020, los nuevos encuentros (con protocolo) se están desarrollando en otra plaza de la ciudad que es la Plaza del Sol, ubicada también en un espacio céntrico (unas 4 cuadras de distancia) pero como explica el referente "ya no es el espacio central de la plaza Rivadavia". En el mes de octubre de 2021 realizaron un relanzamiento de la feria, que consta

de adecuar el nuevo espacio otorgado por el municipio y además como bien expone el entrevistado, los productos que se ofrecen son diferentes a las primeras ferias dadas las condiciones climáticas (menor volumen de verduras de hoja en invierno que son las que mayoritariamente cultivan los productores pequeños). Los nuevos objetivos planteados para este relanzamiento son poder comercializar miel, aceite de oliva y frutos secos y otra meta un poco más ambiciosa, y observando lo que está ocurriendo con las ferias de la agricultura familiar en Bahía Blanca cobra vital importancia poner en agenda la discusión sobre el cordón verde que existe en la ciudad para generar más trabajo.

En este sentido, el referente y uno de los organizadores de la feria comenta que el relanzamiento de la feria tiene un objetivo macro

Avanzar sobre el relanzamiento de esta feria como oportunidad para generar trabajo y volumen de producción para los y las productores/ras del cordón verde de la ciudad, ya que se ha visto que a los productores les sirve este espacio, venden más barato y se bancan los costos de logística, les permite independizarse de los intermediarios.^[3]

La feria agroecológica del Parque Boronat comenzó a funcionar en febrero del año 2021 en el parque Boronat que es uno de los espacios verdes de la ciudad de Bahía Blanca. Se desarrolla los días sábados por la mañana y su periodicidad es quincenal. Está compuesta por 11 feriantes, entre ellos productores, productoras, elaboradores y elaboradoras. Se comercializan verduras, hortalizas, panificados, harinas, pastas, mermeladas, conservas, plantines y cosmética natural.

También, en los últimos años se comercializa en forma directa a través de bolsones, y aquí se destaca la Bolsa de la Agricultura Familiar, proyecto en el cual convergen múltiples actores, se ofrecen productos de distintos grupos y organizaciones, entre las que se encuentran conservas de Moras Brix, verduras y hortalizas de Productores de Sauce Chico y Colonia La Merced, pescado de los pescadores artesanales de Pehuen Co, huevos frescos producidos por las mujeres de Runtu Thani y el aporte de internos de la unidad penal de Villa Floresta en la serigrafía de las bolsas. Mediante esta venta por bolsas se pretende valorizar la producción local y ofrecer una alternativa de comercialización. Los productos que se ofrecen son fruto del trabajo de familias de los alrededores de Bahía Blanca. Esta metodología permite aumentar la calidad por su frescura, ya que son producidos a pequeña escala, de manera artesanal, y a poca distancia entre el lugar de producción y el de la entrega a los consumidores, manteniendo las características nutricionales.

Al respecto, la bolsa de la agricultura familiar organizada por Cáritas Bahía Blanca y la Agencia de Extensión INTA Bahía Blanca es una estrategia de comercialización que comenzó en el año 2018^[4] con el objetivo de mejorar la comercialización del grupo de productores hortícolas de Sauce Chico, y Colonia La Merced, a un precio justo, de forma directa y sin intermediarios. El desarrollo del proyecto permitió la incorporación de productos de emprendedores y emprendedoras asociadas que tenían capacidad de producir en mediana escala. Se convocó al grupo de emprendedoras que elaboran dulces y conservas de Moras Brix, a productores y productoras de huevos frescos de Runtu Thani y a internos de la Unidad Penal de Villa Floresta asociados al Centro de Formación 401, quienes aportan con la elaboración de las bolsas de friselina y la serigrafía. Las variedades de verduras y hortalizas comercializadas en cada entrega quincenal

de la bolsa están determinadas previamente por la disponibilidad en las quintas, con lo cual los consumidores pueden conocer qué hortalizas contiene la bolsa y elegir comprarlo o no, pero no pueden seleccionar sus variedades en forma personalizada. Esta característica compone un elemento sustancial ya que, por un lado, forma parte de la propuesta por recuperar la comprensión (de parte de los consumidores) sobre la estacionalidad de las variedades, en contraposición a la idea de que se puede disponer de cualquier tipo en todo el año, y permite dar a conocer alimentos que de otra forma no se hubieran seleccionado.

La Feria de Pato, también se la denomina El Chaperío, surgió en el año 2001 en el contexto de la crisis económica en el cual se encontraba nuestro país. Se encuentra ubicada en las calles Beruti, Piedrabuena, Estados Unidos y Darregueira, en el barrio Rivadavia. Actualmente está compuesta por 385 feriantes que ofrecen distintas variedades de productos entre los que se destacan alimentos frescos, verduras, hortalizas, huevos, miel, panificados, frutos secos, aceites comestibles. Además, se comercializa ropa nueva y usada, calzados, juguetes. Funciona todos los jueves, sábados y domingos de 10.00 a 18.00 hs.

El mercado del Puerto de Ingeniero White, es un espacio de comercialización que funciona en uno de los galpones del Puerto de Ingeniero White, los sábados, domingos y feriados de 16 a 21 hs. durante todo el año. Surge a partir de una invitación del Consorcio del Puerto al INTA, el Mercado abrió nuevas posibilidades a grupos asociativos que ya participaban de las Producciones de la Agricultura Familiar promovidas por Cáritas, Cambio Rural y PRO Huerta y FM De la Calle y a otros proyectos y emprendimientos que se sumaron. El mismo se inauguró el 27 de marzo del 2020. Entre los productos que se comercializan se destacan las verduras y hortalizas del grupo de productores PRO.SAU.CHI, los cortes de carne de cerdo del grupo de productores PRODUCERDO, distintos panificados, entre ellos, torta fritas, pan casero, una línea de harinas saludables, con panes de multicereal, harina candéal y diversas harinas de un emprendimiento de un grupo de mujeres que funciona en la ciudad de Bahía Blanca.

Para concluir este apartado destacamos la importancia que adquieren estas experiencias colectivas de organización de los productores y productoras familiares que contribuyen a generar alternativas de desarrollo social y económico y permiten consolidar los principios de la soberanía alimentaria en el medio urbano, incorporando valor a los alimentos y a sus proveedores, recuperando las habilidades y los saberes de los productores y de sus organizaciones, fomentando y fortaleciendo los vínculos y las relaciones entre el espacio urbano y periurbano

Reflexiones finales

El análisis de las nuevas experiencias de comercialización de la Agricultura Familiar (AF) en la ciudad de Bahía Blanca enmarcadas en el enfoque de la ESSyP, permite concluir que durante el período de pandemia, los/las productores y productoras, emprendedores y emprendedoras, feriantes lograron ser visibilizados, en algunos casos con un incremento de ventas que pudo sostenerse en el tiempo mientras que otros vieron decrecer las mismas. Esta situación derivó en que estas nuevas maneras de comercializar productos, básicamente alimentos en fresco se consolidaran y se expandieran por distintos

sectores de la ciudad de Bahía Blanca, como se detalla en apartados anteriores. Es decir que el contexto particular de aislamiento provocado por la Covid 19, provocó un acercamiento entre productor y consumidor que no se había desarrollado hasta el momento, generando en muchos casos un vínculo de confianza y un sentimiento de tranquilidad por los productos que se adquirían, especialmente en el grupo de adultos mayores, quienes en aquellas circunstancias no podían circular y concurrir a los espacios de comercialización habituales.

Retomando los objetivos planteados en esta investigación se puede afirmar que las prácticas socioprodutivas y las nuevas maneras de comercialización permiten recuperar los vínculos campo-ciudad y además se plantea un nuevo escenario y una oportunidad ante la crisis económica que afecta a gran parte de la población del partido de Bahía Blanca.

Estas prácticas ponen en el centro a la producción de alimentos en fresco destacando el rol de los actores y actrices de la AF involucrados en la misma y la articulación interinstitucional. A su vez el establecimiento y consolidación de los mercados de cercanía propicia un dinamismo económico, social y cultural en el ámbito local, observándose dicho proceso en el vínculo urbano-periurbano-rural y en la territorialización de los principios de la soberanía alimentaria.

Un punto a destacar es el cambio en los y las consumidoras especialmente a partir de la pandemia, quienes como se pudo ver en las entrevistas antes del año 2020 adquirían sus verduras y hortalizas en mercados convencionales, y luego al acceder a la compra de los bolsones de la Agricultura familiar o los productos de las ferias decidieron seguir comprando a los productores del periurbano bahiense, y esto se debe a razones vinculadas al deseo de consumir productos frescos y saludables, es decir le conceden gran importancia a atributos del alimento como la calidad, y la identidad de quienes lo producen.

Para finalizar creemos que es necesario pensar en la necesidad de integrar a todos los actores, organizaciones e instituciones que junto al Estado trabajen para promover y gestionar políticas públicas que acompañen a este sector productivo.

Referencias Bibliográficas

- Alamo, M., Gutiérrez Moiola, L. y Nieto, M. B. (2023). Dinámicas de comercialización de la agricultura familiar periurbana en Bahía Blanca. En: *Revista de Ciencias Sociales Segunda Época*. Año 13 / número 43 / publicación semestral. Universidad Nacional de Quilmes. <https://ediciones.unq.edu.ar/684-revista-de-ciencias-sociales-segunda-epoca-no-43.html>
- Alamo, M. y Nieto, M. B. (2019). Transformaciones y dinámicas socioprodutivas de la agricultura familiar urbana y periurbana Bahiense en la actualidad. En *Actas de las XI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales*. Universidad de Buenos Aires. <http://www.ciea.com.ar/web/CIEA2019/CIEA2019.htm>
- Bauni, N., Díaz, M., Fajn, G. y Molina, M. (2015). Experiencias de comercialización en la economía social: definiciones, prácticas, problemáticas y debates. *Revista del Observatorio Social sobre Empresas Recuperadas y Autogestionadas*. (12), 2º Semestre 2015, Buenos Aires. pp. 4-17.
- Bozzano, H. (2002). *El cinturón verde de La Plata, espacio periurbano, sistemas de objetos, sistemas de acciones*. En XI Jornadas Nacionales de Extensión Rural y III Jornadas de Extensión del Mercosur. La Plata. Argentina.

- Campana, J. y Rossi Lashayas, A. (2020). Economía Popular y Feminismo: articulaciones y nuevas demandas emergentes. En: *Otra Economía*, vol. 13, N° 23, enero-junio. (246-263).
- Centro de Estudios Económicos y Sociales (CESO). (2014). *Informe de la Economía Popular y Trabajo*. Nro. 1. https://www.ceso.com.ar/sites/www.ceso.com.ar/files/informe_mayo_final.pdf
- Coraggio, J. L. (2013). La Economía Social y Solidaria ante la pobreza. En Voces en el Fénix *La Revista del Plan Fénix*. Año 4 No 22. Buenos Aires. pp. 115-123. <https://www.vocesenelfenix.com/content/la-econom%C3%AD-social-y-solidaria-ante-la-pobreza>
- Coraggio, J. L. (2016). La economía social y solidaria (ESS): niveles y alcances de acción de sus actores. El papel de las universidades. En: Carlos Puig (Coord.) *Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas*. Universidad del País Vasco. Bilbao. pp. 15-40. http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf
- De la Calle. org. (2021). El 8 de enero reabrirá el Mercado del Puerto. <https://delacalle.org/noticias/>
- Foro Nacional de Agricultura Familiar (2008). *Documento Base Propuesta para un plan estratégico de desarrollo rural*. FoNAF. Buenos Aires.
- Gago, V., Cielo, C. y Gachet, F. (2018). Economía popular: entre la informalidad y la reproducción ampliada Presentación del dossier. *Iconos, Revista de Ciencias Sociales*. (62). Quito. pp. 11-20.
- Hernández Flores, J. A., Martínez Corona, B. y Méndez Espinoza, J. (2014). Reconfiguración territorial y estrategias de reproducción social en el periurbano poblano. *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 11(74), pp: 13-34.
- Leff, E. (1998). *Saber Ambiental: Sustentabilidad, Racionalidad, Complejidad, Poder*. México: Siglo XXI/ UNAM.
- Lorda, M. A. y Duvernoy, I. (2002). La práctica de la horticultura en el periurbano de Bahía Blanca. *Revista Universitaria de Geografía* 11(1 y 2). Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.
- Lorda, M. A. (2005). *El desarrollo local, estrategia de gestión ambiental de la actividad agrícola en espacios próximos a la ciudad de Bahía Blanca*. Tesis Doctoral, Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.
- Lorda, M. A. (2006). El desarrollo local, estrategia de gestión ambiental de la actividad agrícola en espacios próximos a la ciudad de Bahía. *Revista Universitaria de Geografía*, 15, Universidad Nacional del Sur. Bahía Blanca.
- López García, D. (2012). Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador. *Soberanía alimentaria, biodiversidad y culturas*. Volumen 8. pp. 20-24. <https://revistasoberaniaalimentaria.files.wordpress.com/2012/01/sabc8-parala-web.pdf>
- Quiroga Díaz, N. (2008). Economías feminista, social y solidaria. Respuestas heterodoxas a la crisis de reproducción en América Latina. *Iconos, Revista de Ciencias Sociales* (33). Quito, pp. 77-89.
- Rosa, P, Muro, M, Marcos, M y Cowan Ros, C. (2020). Circuitos cortos de comercialización. Experiencias de trabajo y de organización alternativas. En: Rofman, A. *Circuitos productivos regionales y estrategias de desarrollo en la Argentina del siglo XXI*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. IADE, Libro digital, PDF.

Notas

- [1] En la actualidad 20 de estos productores hortícolas conforman el grupo Cambio Rural Productores Hortícolas de Sauce Chico y Colonia La Merced (Pro.Sau.Chi) coordinado por el Ingeniero Agrónomo Pablo García de la Agencia de Extensión del INTA Bahía Blanca.
- [2] Entrevista a referente político-social GA, Bahía Blanca, realizada por los autores, Octubre de 2021.
- [3] Entrevista a referente político-social GA, Bahía Blanca, realizada por los autores, Octubre de 2021.
- [4] Surge a partir del trabajo realizado por la Mesa de Soberanía Alimentaria de la ciudad Villa María, provincia de Córdoba.