

Procesos de innovación de una cooperativa de trabajo de agricultores y agricultoras familiares en Misiones

MANUELA ROCÍO MARTINEZ¹
SANDRA EMILIA HOFFMAN MARTINS²

Resumen

El presente artículo tiene como objetivo describir dos procesos de innovación, la creación de un mercado cooperativo de comercialización y el cambio de una producción convencional a una agroecológica, llevados a cabo por una Cooperativa de Misiones integrada por agricultores y agricultoras familiares, en su mayoría jóvenes de contextos rurales.

Este trabajo posee un enfoque cualitativo de índole exploratorio descriptivo que se realizó a partir de una presentación inicial del presidente de la Cooperativa sobre la historia de la misma, y de cinco entrevistas semiestructuradas a miembros de la cooperativa y diez entrevistas a las y los consumidores/as del mercado y observación participante.

La transición hacia una producción agroecológica y la construcción de un mercado desde la economía social resultó un factor de cambio para los socios y socias de la Cooperativa y los/as pobladores/as de la zona. Los alimentos comenzaron a ser producidos sin agrotóxicos. Los y las jóvenes tuvieron una participación activa en este proceso de transformación de su territorio.

Palabras clave: cooperativas, economía social, innovación, agricultura familiar, agroecología.

Artículo arbitrado

Fecha de recepción:
17/08/2020

Fecha de aprobación:
09/02/2021

*Revista Idelcoop,
N° 233, Procesos de
innovación de una
cooperativa de trabajo
de agricultores y agri-
cultoras familiares en
Misiones*

ISSN Electrónico
2451-5418

P. 111-137/ Sección:
Experiencias y Prácticas

¹ Becaria Doctoral de Conicet. Docente de la Universidad Católica de las Misiones. Docente de la Universidad de la Cuenca del Plata.

Correo electrónico: manuelamartinez.r@outlook.com.ar

² Becaria Doctoral de Conicet. Docente de la Universidad de la Cuenca del Plata. Correo electrónico: martinsand@hotmail.com

Resumo

Processos de inovação de uma cooperativa familiar de trabalho de agricultores e agricultoras na província de Misiones

Este artigo tem como objetivo descrever dois processos de inovação, a saber: a criação de um mercado cooperativo de comercialização e a mudança de uma produção convencional para uma agroecológica, realizada por uma Cooperativa familiar da província de Misiones, integrada por agricultores e agricultoras, na sua maioria jovens de zona rurais.

Este trabalho tem foco qualitativo de índole exploratório descritivo, e foi realizado a partir de uma apresentação inicial feita pelo Presidente da Cooperativa, sobre a história dela, e de cinco entrevistas semiestruturadas realizadas a membros da cooperativa e mais dez às consumidoras e aos consumidores do mercado e aos que participaram da observação.

A transição para uma produção agroecológica, e a construção de um mercado da economia social resultou um fator de câmbio para os sócios e sócias da Cooperativa e dos povoadores da zona.

Os alimentos empezaram a se produzir sem agrotóxicos. Os jovens e as jovens tiveram uma participação ativa neste processo de transformação de seu território.

Palavras-chave: cooperativas, economia social, inovação, agricultura familiar, agroecologia.

Abstract

The innovation processes of a work co-operative of family farmers in Misiones

This article aims to describe two innovation processes: the creation of a co-operative market and the change from conventional to agro-ecological production, carried out by a co-operative of Misiones made up of family farmers, mostly young people of rural contexts.

This work has a qualitative approach of a descriptive exploratory nature and was carried out from an initial presentation on the institution's history by the president of the co-operative, as well as from five semi-structured interviews with members of the co-operative, ten interviews with market clients, and participant observation.

The transition towards agro-ecological production and the construction of a social economy market was a change factor for the members of the co-operative and the inhabitants of the area. Food began to be produced without pesticides. The young people had an active participation in this transformation process of their territory.

Keywords: *co-operatives, social economy, innovation, family farming, agro-ecology.*

1. INTRODUCCIÓN

“Un Estado agricultor debe estar poblado de ricos labradores”

Manuel Belgrano

El presente artículo forma parte de un proceso de trabajo en el marco del Seminario de Integración de la Maestría en Desarrollo rural UNAM-INTA (Universidad Nacional de Misiones e Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria) de Posadas, Misiones, llevado a cabo durante el mes de agosto del 2018. Este trabajo se basa en las reflexiones acerca de la experiencia de creación de un espacio de comercialización colectivo por parte de una cooperativa de trabajo constituida en el norte de la provincia de Misiones, al cual se denomina en este escrito “mercado cooperativo”.

La experiencia analizada comprende la asociación de diferentes familias de la agricultura familiar, compuestas mayoritariamente por jóvenes, en el marco de mencionada cooperativa. Las mismas buscaban conseguir ingresos a través de la creación de un mercado cooperativo, desde una lógica de economía social en la cual el consumidor también podía conseguir productos de calidad y a precios justos. A su vez, buscaron centrar el mercado en la lógica de producción sin agrotóxicos para obtener alimentos sanos y para encontrar una alternativa a la marcada producción de tabaco de la zona.

De este modo, el objetivo de este artículo es describir el proceso, las oportunidades y complejidades atravesadas por la asociación de agricultores y agricultoras familiares, en su mayoría jóvenes, mediante una Cooperativa de Misiones. Sumado el desafío de abordar e identificar aspectos clave, como dimensiones de análisis, de desarrollo rural e innovación tales como el mercado cooperativo constituido; la búsqueda de cambio de una pro-

ducción tradicional de tabaco y uso de agrotóxicos por un modelo más diversificado con perspectiva agroecológica; la utilización de las bases de la economía social y los circuitos cortos de comercialización, y el arraigo de la juventud rural como actor de desarrollo de su territorio.

Asimismo, esta experiencia contrarresta al modelo productivo a gran escala, con todo lo que ello implica, que sigue siendo el predominante en el país. El problema se ve reflejado incluso en las políticas actuales en Argentina, como lo muestra el hecho de que durante el 2020 se discutía un posible acuerdo con China para la construcción de meggranjas de producción porcina, teniendo conocimiento del gran impacto ambiental y en la salud que ello implica; o los acuerdos con Syngenta, una de las empresas más grandes a nivel mundial productora de agrotóxicos; o los potenciales proyectos de megaminería en distintas provincias del país que derivaron en multitudinarias marchas a través de las que se mostró la disconformidad popular con tales políticas.

Para introducirnos en la temática, se presentará una contextualización económica y socio histórica de la provincia de Misiones y de la agricultura familiar practicada en la provincia. A continuación, se desarrollarán las diferentes conceptualizaciones teóricas que se consideran ejes conductores para comprender y analizar el proceso de construcción de desarrollo e innovación de la Cooperativa y su mercado, para finalmente llevar a cabo un proceso de análisis en sí mismo.

1.1 CONTEXTO HISTÓRICO Y SOCIO-ECONÓMICO DE LA PROVINCIA DE MISIONES

La provincia de Misiones se encuentra en el noreste del país y ocupa 29.801 Km² de superficie; representa apenas un poco más del 1% del total del territorio argentino.

Limita con la provincia de Corrientes y con los países Brasil y Paraguay. Concentra el 2,8% de la población argentina, siendo la novena jurisdicción más poblada de todo el territorio y la primera más poblada de la región del noreste argentino (NEA), con 1.097.829 de habitantes, según el Censo del 2010.

El desarrollo de la agricultura en esta provincia se impulsó principalmente con explotaciones agrícolas familiares y cooperativas (Amable, Rojas y Dohmann Brauning, 2011). En un primer momento debían satisfacer los requerimientos propios de cada familia, por ello la producción era muy diversificada.

La acción gubernamental, por una parte, favoreció y posibilitó la propiedad antes que el arrendamiento, ya que el objetivo era poblar el territorio; por otra parte, debido a la valoración de la tierra y sus productos, promovió la colonización privada en Misiones. Debido a ello diversas compañías adquirieron grandes extensiones de tierras, lo cual comenzó a dificultar a la población local el acceso a la propiedad de la misma (Amable, Rojas y Dohmann Brauning, 2011). Así también aumentó el número de ocupantes de tierras fiscales principalmente en el norte de la provincia, zona a la cual pertenecen las y los agricultores de la Cooperativa, lo cual evidencia poblamientos más recientes.

La agricultura fue una de las actividades que posibilitó la expansión de las fuentes económicas. Predominaron cultivos perennes tales como la yerba, tung, té y forestales, y productos anuales como el tabaco, la mandioca, el poroto o los cereales. Con el tiempo se sumaron algunos más, otros dejaron de producirse o modificaron su escala productiva.

Según la Secretaría de Política Económica y Planificación del Desarrollo del Ministerio de Haciendas y Finanzas Públicas (2016) las principales cadenas productivas en Misiones son

la tealera, la yerbatera, la forestal, papel y muebles, la tabacalera, la citrícola y la cadena de turismo; cada una con sus complejidades.

Lo que no menciona este informe es que Misiones, respecto del país, tiene la mayor cantidad de agricultores familiares, con más de 30 mil familias, según diferentes documentos de la entonces denominada SsAF (Subsecretaría de Agricultura Familiar de Nación) del año 2016, hoy llamada SAFCI (Secretaría de Agricultura Familiar, Campesina e Indígena dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca). La mayoría de estos agricultores y agricultoras comercializa su producción en el mercado interno, por ejemplo, en alguna de las setenta ferias francas existentes en la provincia.

Ahora bien, hacia el norte de la provincia, principalmente hacia el noroeste, un número significativo de familias produce tabaco combinado con otro tipo de producciones diversas para autoconsumo y comercialización, al tiempo que depende del cobro de planes o pensiones sociales y de la práctica de actividades extra prediales, para la subsistencia (Besold, 2016). Misiones, según el Censo Nacional Agropecuario del 2018, es la jurisdicción a nivel nacional con mayor cantidad de Explotaciones Agropecuarias (EAP) implantadas con tabaco, con un total de 7.539 EAP, de las cuales 3.433 venden a cooperativas y 3.386 a empresas (INDEC, 2018). Más adelante en este artículo se continuará con una mayor profundización sobre la producción de tabaco.

1.2. AGRICULTURA FAMILIAR: DESARROLLO SOCIO HISTÓRICO POLÍTICO EN EL PAÍS Y LA PROVINCIA DE MISIONES

Conceptualmente el término de agricultura familiar, tal como plantea Caballero (2018), es utilizado para referir a un conjunto heterogéneo de actores e identidades, como ser: pequeño/a productor/a, minifundista, campesino/a,

chacarero/a, colono/a, mediero/a, productor/a familiar, trabajador/a rural sin tierra, pueblos originarios, agricultor/a urbano/periurbano, etc., y las actividades que llevan a cabo, entre ellas, agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales, de producción agroindustrial, artesanal y recolección.

La agricultura familiar es definida por los propios agricultores como:

Una “forma de vida” y “una cuestión cultural”, que tiene como principal objetivo la “reproducción social de la familia en condiciones dignas”, donde la gestión de la unidad productiva y las inversiones en ella realizadas es hecha por individuos que mantienen entre sí lazos de familia, la mayor parte del trabajo es aportada por los miembros de la familia, la propiedad de los medios de producción (aunque no siempre de la tierra) pertenece a la familia, y es en su interior que se realiza la transmisión de valores, prácticas y experiencias.³

El término se instala en el territorio argentino en la década de los 90, tal como lo menciona Craviotti (2014), en donde las productoras y productores agropecuarios se vieron expuestos a los efectos de los vaivenes de los mercados debido a la etapa neoliberal de ese entonces. Es por ello que se crearon programas (cambio rural, programa social agropecuario PSA, Pro- Huerta, etc.), se fortalecieron equipos técnicos y se generaron vinculaciones con organizaciones sociales que pusieron atención al sector de la agricultura familiar como sujeto productivo particular. Así también, como plantean Arzeno y Ponce (2014), se buscaba la producción de alimentos y la venta de excedentes en ferias o mercados, no obstante, sin lograr mitigar la problemática profundizada y la visible falta de políticas públicas al sector.

Hitos importantes y posteriores a este contexto, señala Craviotti (2014), fueron la Carta de Montevideo en diciembre de 2003 -documento en el que la COPROFAM (Coordinadora de Organizaciones de la Producción Familiar de MERCOSUR, integrada por la Federación Agraria Argentina) solicita al Consejo la creación de un grupo que proponga una agenda de política diferencial para la agricultura familiar- y la creación de la Reunión Especializada de Agricultura Familiar (REAF) en junio de 2004 en el marco del Mercosur.

Puntualmente en Argentina se crea en el año 2005, el Foro Nacional de la Agricultura Familiar (FONAF) integrado por referentes de organizaciones y programas, tanto del ámbito público como privado, para tratar las problemáticas y necesidades del sector a nivel nacional. Ese mismo año, dentro del INTA, como lo mencionan Jara, Sperat, Manrique y Herrera (2019), se crea el Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Agricultura Familiar (CIPAF), conformado a su vez por cinco Institutos (IPAF) en cada una de las macrorregiones: NOA, NEA, Pampa, Cuyo y Patagonia con el objetivo de “generar, adaptar, rescatar y validar tecnologías apropiadas para el desarrollo sostenible de la agricultura familiar”.⁴

En el año 2007 se crea el Registro Nacional de Agricultura Familiar con el objetivo de recabar conocimiento e información sobre este sector social.

En el año 2008 se institucionaliza la Subsecretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar –previo PSA creado en 1993– que deviene Secretaría en el año 2009 con la creación del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.

Ya para el año 2014 se sanciona y en el 2015 se promulga la Ley 27.118 de Reparación históri-

³ FoNAF (2007), 9.

⁴ Jara, Sperat, Manrique y Herrera (2019), 346.

ca de la agricultura familiar para la construcción de una nueva ruralidad en la Argentina, la cual también contemplaba a las comunidades indígenas. Sin embargo, la misma, tal como mencionan Jara, Sperat, Manrique y Herrera (2019), no obtuvo presupuesto y no se reglamentó debido a disputas internas en el bloque político kirchnerista, al frente del país en ese entonces.

Ahora bien, ya para el año 2016 hasta el 2018 –año en el cual se llevó a cabo el trabajo de campo de este artículo– pudo observarse cómo la nueva política de turno perjudicó aún más al sector de la agricultura familiar, como sostienen los autores citados en el párrafo anterior, debido a una mayor desfinanciación de las instituciones y programas que trabajaban en el sector, así como por el despido de empleadas y empleados de la llamada en ese entonces nuevamente Subsecretaría de Agricultura familiar.

Un dato relevante al respecto es que para el 2015, tal como mencionan Martínez, Arzamendia y Núñez (2021), también se sanciona y promulga la Ley de agricultura familiar (Ley VIII N° 69) en la provincia de Misiones, cuya impronta apuntó a reconocer a este modelo productivo y sector social como prioritario, también contemplando comunidades originarias, y a crear una secretaría, con rango ministerial, denominada Secretaría de Estado de Agricultura Familiar.

Sin embargo, antes de la promulgación de esta ley, en la provincia también se llevaron a cabo las acciones para promover especialmente la producción de alimentos para autoconsumo y venta de excedentes, como bien sostienen Arceno y Ponce (2014). En este sentido, ya en el 2008 una de las intervenciones más fuertes fue el Programa Provincial de Alimentos (PROalimentos) que apuntó al sector ganadero, avícola, frutícola, hortícola, etc., posterior a

los programas nacionales ya mencionados y a la creación y proliferación de ferias francas en Misiones, que, además, fueron punta de flecha para otras provincias en cuanto a proceso de innovación.

Otras acciones fueron el Programa de Autosostenimiento del Empleo y Seguridad Alimentaria de la Pequeña Agricultura Familiar, la promoción del Monotributo Social Agropecuario, así como la apertura de mercados alternativos tales como los Mercados concentradores de Posadas, Puerto Rico, Oberá y prontamente uno más en la zona de Eldorado, así como otros mercados de la economía social y solidaria en diversos puntos de la provincia. Aunque estos tres últimos mercados concentradores son bastante más recientes al igual que los diversos mercados nombrados y, como puede observarse, pertenecientes más a la zona sur centro de la provincia.

Ahora bien, Arceno y Ponce (2014) plantean una serie de dificultades respecto de la producción de alimentos debido a las realidades diversas de los agricultores y agricultoras de la provincia, tales como la falta de tenencia o escasez de tierras, dificultad para producir en cantidad, la incapacidad de acceder a los créditos por los requisitos que piden (como título de tierra). A su vez, como plantean Durstewitz y Escobar (2006), se añade la falta de acceso a factores de innovación comerciales, tecnológicos, institucionales, entre otros, o la dificultad de independizarse de las agroindustrias, especialmente la tabacalera y la forestal.

Esto último, mencionan Arceno y Ponce (2014), implica una contradicción situada, esto quiere decir que las políticas se superponen y se contradicen dentro de un contexto espacial temporal específico. En donde, por un lado, se beneficia a las grandes empresas tabacaleras o forestales y, por otro lado, se busca intervenir en el ámbito de la agricultura familiar siendo

que en sí mismas son contrapuestas. Una realidad fuerte y actual en la provincia.

No nos adentraremos en esta última discusión, aunque nos parece interesante para comprender las dificultades que debieron y deben atravesar quienes conforman la cooperativa de trabajo que describimos aquí. En este sentido, otra problemática de la zona, que plantean González y Román (2012), es la migración de jóvenes, de diversas edades en general, a zonas urbanas o rururbanas.

Esta contextualización sociopolítica e histórica nos permite observar el recorrido que llevó al país y puntualmente a nuestra provincia a visibilizar mediante instituciones, programas y políticas públicas, que incluso en la actualidad aún siguen siendo escasas, a la agricultura familiar. Cabe mencionar que estas herramientas públicas, al tomar a la familia de manera integral como fuerza de trabajo en la producción, incluyeron indirectamente el trabajo de la mujer y de los jóvenes en las mismas como otro tipo de actores diferenciados. Una de las razones por las cuales nos interesamos en la experiencia que aquí presentamos.

1.3. COOPERATIVA, ECONOMÍA SOCIAL Y JUVENTUD RURAL EN MISIONES

Dentro de esta contextualización es menester destacar qué son las cooperativas y qué representa este modo de asociación en la provincia de Misiones, ya que se trata de una de las jurisdicciones del país con una amplia e histórica presencia en la creación de las mismas.

La primera cooperativa surge en el año 1926, y, a diferencia de las experiencias de las últimas décadas, se constituye en un contexto de inmigración, en donde las experiencias organizativas eran traídas por los grupos de personas migrantes, al tiempo que avanza la actividad

Las políticas se superponen y se contradicen dentro de un contexto espacial temporal específico. En donde, por un lado, se beneficia a las grandes empresas tabacaleras o forestales y, por otro lado, se busca intervenir en el ámbito de la agricultura familiar siendo que en sí mismas son contrapuestas.

agrícola. De manera tal que para el año 1970 la mitad de los y las productores/as rurales habían creado y eran parte de 45 cooperativas (Gortari y Oviedo, 2004).

La creación de las cooperativas en Misiones se dio con mayor fuerza en las últimas décadas ya que respondió a un fomento de políticas públicas y programas del Estado provincial y nacional, mediante instituciones como el INTA y la SAFCI, como se describió en el apartado previo. Este tipo de organización aparece como un recurso para la recuperación del sector laboral, tanto agropecuario, como de servicios, comercio y otros sectores de la economía.

El concepto de cooperativa es clave para entender el grado de implicación y el trabajo de sus miembros. Fernández (2006) menciona lo siguiente: "las cooperativas, a diferencia de las empresas mercantiles, representan una sociedad de personas fundamentada en la igualdad de derechos de sus miembros en cuanto a la gestión social, en función del logro del objetivo común"⁵ En relación con las cooperativas de trabajo, -tipo al cual pertenece el caso estudiado aquí-, son concebidas por las autoras Halasz y Cambeiro (s/f) como:

⁵ Fernández (2006), 240.

Asociaciones de personas que se reúnen para trabajar en común, con el esfuerzo mancomunado de todos, con el fin de mejorar su situación social y económica, dejando de ser asalariados para transformarse en dueños de su propio destino, poniendo el capital y el trabajo al servicio del hombre.⁶

Uno de los objetivos más importantes es buscar el bien común y por lo tanto se forman redes; este concepto se relaciona íntimamente con lo desarrollado por Ussher (2009) donde las redes comunitarias estarían: “constituida por las relaciones que se establecen entre los grupos, las organizaciones, las personas de un entorno social determinado”.⁷ Estas redes posibilitan que se lleven a cabo actividades de vitalidad necesaria para el funcionamiento de una cooperativa, o en caso de que se presente alguna dificultad, que la red existente entre los miembros permita la posibilidad de solventar el problema.

Del mismo modo, estas redes funcionan en base a las lógicas del cooperativismo. Fernández (2006) dice que el cooperativismo es un

movimiento socioeconómico de carácter mundial constituido por asociaciones económicas en las que todos los miembros son beneficiarios de su actividad según el trabajo que aportan a la cooperativa.⁸

es decir, que a partir de la actividad que los y las socios y socias podrán ser beneficiarios/as de los resultados que conllevan estas acciones.

Estos conceptos mencionados son fundamentales, ya que es a partir de una cooperativa que se da origen al mercado cooperativo analizado en este artículo. Ahora bien, este caso puntual, como en buena parte de la comercialización

de la agricultura familiar, suele basarse en un modelo de economía social. Para definir a este tipo de economía tomamos los lineamientos de Coraggio (2010), quien describe a la misma como una economía gestionada por las colectividades, las familias y las comunidades, que se centra en el desarrollo de las actividades de todos y todas, debido a la libre decisión de las partes intervinientes. El/la comprador/a es visibilizado/a como otro/a trabajador/a con necesidades que tiene la posibilidad de satisfacer con su propio trabajo. Los valores de la economía social son los de la cooperación y la solidaridad, al igual que dentro de las cooperativas, y parten de una postura en la cual se busca contrarrestar las desigualdades existentes del sistema de producción capitalista y el neoliberalismo.

Vinculados a la economía social suelen estar los llamados circuitos cortos de comercialización, que refieren a formas de circulación agroalimentaria que sólo tienen una o ninguna figura intermediaria entre producción y consumo.⁹ Estos circuitos están enfocados en las características de las relaciones que se establecen en la agricultura familiar dentro de formas alternativas de comercialización, ya que permiten a productores familiares diversificados dar empleo a una mayor cantidad de miembros de sus hogares y acceder a una mayor proporción del valor generado (Craviotti y Wilches, 2015).

Para pensar este modo de relación económica resulta interesante citar a Durstewitz y Escobar (2006), quienes plantean que es poca la evidencia empírica existente de mercados generados por pequeños productores. Lo cual es llamativo teniendo en cuenta que en la provincia existen numerosas ferias francas, cooperativas y otros espacios de comercialización conjunta. Estos autores también

⁶ Halasz y Cambeiro (s/f), 5.

⁷ Ussher (2009), 3.

⁸ Fernández (2006), 239.

⁹ López García (2012), citado en Craviotti y Wilches (2015).

Una organización debe complementarse desde un principio con un trabajo intenso de construcción de capital social, pensando en la importancia de generar solidez y confianza en los vínculos.

mencionan que el comercio justo tiene como principales objetivos mejorar las condiciones económicas y sociales de los y las agricultores/as, promoviendo el acceso directo a los mercados y garantizando estándares comerciales y laborales mínimos.¹⁰ También es importante destacar ciertos aspectos para el éxito de las organizaciones; por un lado, citando a Gore (2018), un liderazgo fuerte y con visión a futuro para lograr solidaridad, compromiso y consolidación de la organización. Además, según Durstewitz y Escobar (2006), una organización debe complementarse desde un principio con un trabajo intenso de construcción de capital social, pensando en la importancia de generar solidez y confianza en los vínculos; establecer reglas claras, como mecanismos de participación y comportamiento, lo cual disminuiría con el tiempo el surgimiento de conflictos interpersonales y malos entendidos; búsqueda de consensos básicos de fortalecimiento de la institución, acuerdos sobre planes de trabajo de corto y mediano plazo.

Asimismo, es relevante remarcar en este artículo, como actor social de gran impronta, a la juventud rural, ya que gran parte de los/as miembros de la cooperativa pertenecen a este sector social y fueron sus impulsores/as desde los comienzos. Partiendo de lo que plantea Espejo (2017) atender las necesidades y características de las juventudes rurales debería ser un aspecto crucial en las políticas públicas,

además de su investigación, donde puedan observarse los cambios en el ámbito rural, subjetividades y formas de inserción económica de este sector de la sociedad.

El autor también plantea que, al haber actualmente un mayor acceso a la educación, a la información y a las tecnologías, las y los jóvenes presentan una mayor flexibilidad, apertura al cambio y formas de socialización, lo cual los y las coloca como potenciales actores de sus territorios. Incluso las brechas educacionales entre hombres y mujeres se han ido estrechando.

Ahora bien, respecto a sus pares urbanos existen aún muchas desigualdades en cuanto a oportunidades laborales, accesibilidad de servicios, de salud, de educación e incluso respecto de las tasas de pobreza, lo cual ha ido generando con el tiempo el llamado éxodo rural hacia sectores urbanos para encontrar una mejor calidad de vida. Sin dejar de lado que las problemáticas son multicausales, siendo lo socio-ambiental un factor poco evaluado, y deben ser analizadas de manera integral, teniendo en cuenta que la juventud indígena, la juventud afro, la juventud en territorios de conflicto, también presentan sus particularidades.

Es por ello que reconocer las características más favorables, inclusivas y atractivas de los y las jóvenes en ámbitos rurales es de gran relevancia para el desarrollo de los territorios, pero también para que las y los propios actores sociales que allí residen, sean los actores protagónicos que entran en diálogo con políticas que los y las impulsen en el proceso, como con el acompañamiento de los recursos humanos y materiales necesarios.

1.4. TABACO, AGROTÓXICOS Y LA AGROECOLOGÍA COMO UNA ALTERNATIVA

El tabaco se configura como un producto de la agricultura de contrato, es decir, como una

¹⁰ Hellin y Higman (2002) citados en Durstewitz y Escobar (2006).

forma de organizar la producción de la agricultura familiar que ha ido creciendo y generando controversias dentro de distintos tipos de análisis. Se la plantea, por un lado, como alternativa para mejorar la competitividad e inserción de las cadenas de valor de la agricultura familiar, sin embargo, por otro lado, es interpretada como un mecanismo de penetración de la lógica capitalista en el agro que lleva a una pérdida de control del/la propio/a agricultor/a respecto de su proceso de producción, y en donde las grandes firmas de los agronegocios usan contratos para conseguir fuerza de trabajo barata en donde los riesgos de producción se transmiten a la fase primaria: las y los productores/as (García, 2012).

Sin embargo, en este sentido, también es importante comentar brevemente por qué el tabaco sigue siendo un cultivo anual fuerte en la provincia. Para las y los actores, la agricultura de contrato cobra un sentido diferente ya que es percibida como un ingreso seguro debido a la comparación con experiencias previas de

Reconocer las características más favorables, inclusivas y atractivas de los y las jóvenes en ámbitos rurales es de gran relevancia para el desarrollo de los territorios, pero también para que las y los propios actores sociales que allí residen, sean los/las actores protagónicos que entran en diálogo con políticas que los y las impulsen en el proceso, como con el acompañamiento de los recursos humanos y materiales necesarios.

grandes pérdidas, así como por los riesgos de otras actividades respecto de factores climáticos y necesidad de capital (García, 2012). Además, según Diez (2009), el tabaco históricamente representa una alternativa ante la caída de los precios de otros cultivos, como única forma de tener ingresos en efectivo por tener una “comercialización asegurada”, la obra social y los aportes jubilatorios que brinda la empresa tabacalera, y una cuestión cultural en cuanto a la continuidad del trabajo que habían comenzado sus abuelos/as y padres/madres.

Ahora bien, respecto de los riesgos de producción, el tabaco se caracteriza por utilizar grandes dosis de agrotóxicos.¹¹ Sin embargo, en los últimos años se comenzó a discutir su potencial peligro en la salud humana y en el ambiente. Muscio (2017) dice, en este sentido,

la utilización de estos insumos, fundamentalmente de los agroquímicos (herbicidas, insecticidas, fungicidas y fertilizantes), se encuentra cruzada por una serie de debates en torno a la inocuidad versus los peligros de su uso.¹²

Asimismo, la implementación masiva de agrotóxicos en diferentes tipos de cultivos comenzó, a nivel mundial, en los años '50 con la llamada “revolución verde”, y tuvo como objetivo acabar con el hambre en el mundo. Surge la propuesta de realizar una selección genética de cultivos de alto rendimiento donde se utilizan diversos tipos de estos insumos como herbicidas, fertilizantes, pesticidas. Esto generó un aumento de producción en los volúmenes y en la economía de varios países (Cecon, 2008).

A partir de 1996 se permite por primera vez en Argentina, durante el gobierno de Carlos Menem, el uso de semillas transgénicas u Organismos Genéticamente Modificados (OGMs).

¹¹ Besold (2016); Diez (2009); Mackinlay (2008).

¹² Muscio (2017), 159.

Estos se utilizan en conjunto con un paquete tecnológico: agroquímicos específicos, maquinarias de gran porte, insumos, trajes, entre otros, y con el transcurso de los años se empezó a notar una utilización de una mayor dosis en su aplicación (Barruti, 2013).

Respecto de los riesgos que implica para la salud, Fernanda Sánchez autora del libro *La Argentina Fumigada* (2016) afirma que

no somos producto de laboratorio. No somos "RR" –*Roundup Ready*, como se llamó en su momento a la soja tolerante al glifosato– y estamos, como todo lo que no sea un organismo genéticamente modificado, expuestos.¹³

En este sentido, Celi (2019) destaca que existen

abortos espontáneos y malformaciones congénitas, problemas endocrinos como hipotiroidismo, trastornos del desarrollo neurológico o cognoscitivo y tasas de cáncer que se disparan triplicando las incidencias, prevalencias y mortalidad por enfermedades oncológicas en relación directa a la exposición de agrotóxicos.¹⁴

En síntesis, tal como lo plantearon Carrasco, Sánchez y Tamagno (2012), "el actual modelo de desarrollo agrícola basado en los agonegocios no resulta sustentable desde el punto de vista social, ambiental y económico".¹⁵ Los autores agregan una crítica a este modelo "que privilegia el crecimiento económico, la acumulación de capital y la lógica del mercado, ya que impide la construcción de un futuro soberano y justo para nuestros países".¹⁶

Ahora bien, frente a la problemática del uso de agrotóxicos y sus consecuencias en la salud y

Frente a la problemática del uso de agrotóxicos y sus consecuencias en la salud y en el ambiente ¿qué respuestas o alternativas son posibles?

Fue una de las preguntas que se hicieron las y los jóvenes integrantes de la Cooperativa, y como respuesta empezaron a producir y comercializar productos desde una lógica agroecológica como enfoque alternativo.

en el ambiente ¿qué respuestas o alternativas son posibles? Fue una de las preguntas que se hicieron las y los jóvenes integrantes de la Cooperativa, y como respuesta empezaron a producir y comercializar productos desde una lógica agroecológica como enfoque alternativo.

En la década de 1970, según Sevilla Guzmán (2012), la agroecología comienza a configurarse como respuesta teórica, metodológica y práctica a la crisis ecológica y social que la modernización e industrialización alimentaria generan en las zonas rurales.

La agroecología pensada como práctica propone el diseño y manejo sostenible de los agroecosistemas con criterios ecológicos y como enfoque teórico y metodológico, constituye una estrategia pluridisciplinar y pluri epistemológica. Es decir, propone la articulación entre distintas disciplinas científicas y combina el conocimiento empírico del campesinado con el conocimiento científico teórico, experimental y aplicado, para el análisis y diseño de formas de manejo participativo de los recursos naturales aplicando conceptos y principios ecológicos.

Como ciencia aplicada, la agroecología utiliza conceptos y principios ecológicos para el dise-

¹³ Sánchez (2016), 9.

¹⁴ Celi (2019), 20.

¹⁵ Carrasco, Sánchez y Tamagno (2012), 114.

¹⁶ Ídem, 115.

ño y manejo de agroecosistemas sostenibles, donde los insumos externos se sustituyen por procesos naturales como la fertilidad natural del suelo y el control biológico.¹⁷

La agroecología entonces se presentó como una innovación y alternativa a las producciones realizadas con agrotóxicos para las y los agricultores familiares de la Cooperativa. Tort (2009), define la innovación como “un proceso colectivo donde diversos actores interactúan y producen conocimientos para la acción”.¹⁸ A la vez, la autora también define como experiencia de innovación al “conjunto de prácticas que a lo largo del tiempo construyen conocimiento acerca de la innovación que se promueve”.¹⁹ Esta definición nos saca de la noción lineal de innovación asociada a la transferencia de tecnologías, mientras que nos lleva a entenderla como un proceso complejo,²⁰ ya que también puede implicar procesos productivos, organizacionales y/o comerciales, la puesta en práctica útil de los conocimientos de los y las propios/as actores, procesos de

La agroecología propone la articulación entre distintas disciplinas científicas y combina el conocimiento empírico del campesinado con el conocimiento científico teórico, experimental y aplicado, para el análisis y diseño de formas de manejo participativo de los recursos naturales aplicando conceptos y principios ecológicos.

aprendizajes e interacciones sociales que se implican.

Entonces, teniendo en cuenta estas definiciones sobre innovación, es importante aclarar que para pensar en estos procesos no se precisa llevar a cabo comparaciones en grandes espacios territoriales, sino observar los procesos históricos y de desarrollo propios de la zona que se está analizando o interviniendo. Incluso, solo aquellos propios del grupo de personas con el que se está trabajando, ya que todo proceso nuevo y diferente de producción, organización, comercialización o de utilización de tecnologías resulta una novedad en ese espacio puntual. Un espacio compartido por personas que tiene una historia diferenciada de conformación, con un sistema agrícola particular, con experiencias organizativas únicas, con sus propios atravesamientos sociales y culturales que, entre otros factores, hace que cada experiencia analizada sea irrepetible en su totalidad en cualquier otro contexto.

Esto último, además, representa la lógica de análisis de la agroecología en donde, más allá de los principios en los que se basa, no existen “recetas” de intervención, sino que cada agroecosistema es único con sus propias características, facilidades y dificultades que atender según el caso. En síntesis, desde este enfoque, para esta cooperativa resultó un proceso de innovación la creación de un mercado propio, así como también el cambio de un modelo productivo más convencional a un modelo agroecológico.

Ahora bien, de la mano de esta última reflexión, el innovar en los modelos de producción implica pensar en alternativas que contemplen otros desarrollos de la agricultura. Autores como Wezel, et. al. (2009) proponen mirar a la agroecología como la conjunción de la ciencia, el movimiento y la práctica. Ya que estas tres dimensiones aportan a construir un modelo de agricultura, como una matriz general que

¹⁷ Altieri (2012).

¹⁸ Tort (2009), 18.

¹⁹ Ídem.

²⁰ Christoplos (2010).

Para esta cooperativa resultó un proceso de innovación la creación de un mercado propio, así como también el cambio de un modelo productivo más convencional a un modelo agroecológico.

incluye una gama de disciplinas y saberes con la colaboración de las diversas organizaciones agrícolas y movimientos sociales. En la búsqueda de soberanía alimentaria, conservación de los recursos naturales y agrobiodiversidad, fortalecimiento de los movimientos sociales rurales y el diseño, desarrollo y gestión de sistemas agrícolas sostenibles.

2. METODOLOGÍA

La Cooperativa y el mercado se encuentran en el norte de la provincia de Misiones. La Cooperativa de trabajo nació en el año 2011 y el mercado se fundó en el año 2016. Este último tenía como finalidad la concreción de un espacio de comercialización colectivo para dar salida a la diversidad de productos que los agricultores familiares, en su mayoría jóvenes y miembros de la cooperativa, ofrecían, como verduras, frutas, licores, pickles, lácteos, carnes, entre otros. Con una mirada desde la economía social y también con la inventiva de ofrecer productos libres de agroquímicos.

Los datos obtenidos se adquirieron en el marco del Seminario de Integración de la Maestría de Desarrollo Rural, en dependencias de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNaM en conjunto con el INTA. En este marco el presidente de la Cooperativa realizó una presentación de la historia de este organismo y del mercado, y se hicieron diferentes preguntas, como paso previo a la planificación del trabajo de campo.

Se realizó un trabajo en terreno que tuvo una duración de tres días (9 al 11 de agosto del 2018). El mismo partió de una metodología cualitativa con un diseño exploratorio descriptivo, mediante lo cual esta investigación implicó observación participante en el local del mercado, en tres de las chacras de las y los productores de esta cooperativa. Además, se llevaron a cabo 5 entrevistas semiestructuradas a miembros de la cooperativa, y se realizaron 10 a los consumidores del mercado que asistieron al mismo durante esos tres días. Dichos instrumentos fueron elaborados de forma grupal por las maestrandas y los maestrandos en espacios de encuentro previo a la salida de campo. La muestra fue intencional, es decir, todos los y las miembros del mercado que se encontraban disponibles en las fechas que se fue a realizar el trabajo y que se consideraron referentes de la experiencia.

Las entrevistas fueron grabadas con el previo consentimiento informado, luego se desgrabaron en archivos diferenciados al igual que las anotaciones de las observaciones realizadas, para finalmente realizar un análisis de contenido con el software Atlas Ti.

Para el análisis se tuvieron en cuenta diferentes dimensiones y en el presente escrito nos centramos en las siguientes: conformación y descripción de la Cooperativa y el mercado, economía social y agricultura familiar, mercado cooperativo y producción con enfoque agroecológico como procesos de innovación, juventud rural como actores de desarrollo. Esos códigos fueron utilizados para identificarlos dentro de las desgrabaciones y las anotaciones, para detectar los diferentes elementos que las contenían y establecer vínculos entre los mismos.

Para el análisis se tomó el concepto de "orientación al actor" de Norman Long (2006), que hace referencia a la necesidad de entender los procesos de desarrollo en relación con las

acciones de sus participantes, e incorpora el entorno sociocultural y la mediación de comunidades epistémicas como componentes esenciales en la definición de situaciones e intereses, concepto que arroja luz a la hora de ahondar en las prácticas de los agricultores y agricultoras familiares que conjugan entre todos y todas un campo de fuerzas atravesado por componentes étnicos, culturales, económicos, ambientales y espaciales.

Ahora bien, tal como lo plantean Taylor y Bogdan (1994), si bien se detalla el proceso de análisis de datos en relación con su codificación, es necesario aclarar que el análisis de datos se llevó a cabo durante el proceso completo de la toma de datos, es decir, desde el contacto inicial hasta el momento de escritura.

3. DESARROLLO

3.1. COOPERATIVA DE TRABAJO INTEGRAL LTDA

Durante el año 2011 el entonces intendente del municipio convocó de manera abierta a la comunidad a una charla sobre cooperativismo para jóvenes, que dictaba un especialista del gobierno provincial. En ese entonces, era de conocimiento por parte de las autoridades municipales y provinciales que muchos de las y los productores y productoras de la zona tenían diversos problemas de financiación para la mecanización, elaboración y comercialización de sus producciones, cuestión que remarcan Cattaneo y Lipshitz (2008) en diferentes experiencias de producción a baja escala. A esta situación se sumó el hecho de que la mayoría de los y las productoras no habían completado estudios primarios y secundarios y tenían poco o nulo acceso a información acerca de temáticas relativas a legislación, derechos o inclusive, cooperativismo.

Luego de la capacitación se fue generando una idea-fuerza entre los participantes: la po-

sibilidad de impulsar una cooperativa propia en la zona e intentar afrontar las dificultades ya mencionadas. Una motivación adicional representó la posibilidad de reorientar la producción primaria hacia alimentos, cuando, hasta ese momento, el tabaco era el cultivo prioritario.

Las y los agricultores familiares de un paraje en particular que participaron en gran número de la convocatoria eran productores y productoras de tabaco. A los cuales, en ese entonces, una empresa les proveía de los insumos y les garantizaba la compra de hojas de tabaco, lo que significaba, por un lado, la obtención de cierto rédito económico de la actividad, pero, por otro lado, acarreaba perjuicios para quienes producen y para el entorno próximo como bien se ha mencionado previamente.²¹

La posibilidad de la cooperativa se presentaba de esta manera como una oportunidad diferente para las y los jóvenes y familias, que se convirtió en un hecho en septiembre del 2011, siendo alrededor de diez las y los miembros fundadores/as. Se dio así inicio a un trabajo en conjunto con la finalidad de producir y comercializar. También esto implicaba la asociatividad, ya que supone una asignación más eficiente de tareas y el acceso a recursos externos.²²

Consecuentemente, asociarse como cooperativa representó la unión de los/las productores/as en pos de un objetivo en común, tomando lo propuesto por Fernández (2006) quien plantea que las cooperativas son organismos en los cuales los individuos se organizan entre sí para la obtención de un beneficio en común.

El 20 de septiembre 2011 el presidente electo de la Cooperativa de Trabajo fue quién comenzó a llevar adelante las gestiones para legali-

²¹ Besold (2016); Diez (2009).

²² Craviotti y Wilches (2015).

zarla, lo que se logró en el mes de noviembre. En los siguientes meses se desarrollaron diferentes capacitaciones y reuniones con funcionarios/as políticos/as que posibilitaron y facilitaron este proceso.

Durante el año 2012, se crearon invernáculos y se consiguieron herramientas para generar huertas, pero los proyectos fracasaron por dificultades en la comercialización y falta de asesoramiento técnico, una problemática que se replicaría otras veces a futuro. Sin embargo, ese año el presidente de la Cooperativa ingresó como empleado al sector de agricultura en la municipalidad, lo que facilitó la gestión de proyectos para la Cooperativa y también la motivación para que se unieran más socios/as, que llegaron a ser 33 en el año 2013.

En el 2013 los/as miembros de la Cooperativa consiguieron algunos créditos para fomentar diferentes producciones como mamón, ananá, mandioca, bananas y ganado porcino, pero nuevamente tuvieron problemas de orden técnico y dificultades a la hora de comercializar, lo que volvió a demostrar la falta de acompañamiento técnico. Estas situaciones generaron que a partir de allí la estrategia fuera sumar mayor cantidad de socios/as para aumentar los fondos de la cooperativa y destinarlos a gastos administrativos, movilidad y honorarios profesionales.

Entre los años 2014 y 2015, mediante la obtención de financiamiento de proyectos, se compró un terreno en el cual construyeron una planta de faena de pollos, un espacio activo aún en la actualidad. Durante los primeros años en los que la planta estuvo activa también padecieron problemas en cuanto a la gran cantidad de pollos producidos y la falta de *freezers* para congelarlos así como la falta de mercados para asegurar la venta. Esto denota lo propuesto por Ussher (2009) quien comprueba que se establece una red entre los

y los miembros de la Cooperativa, aunque nuevamente se presenta un problema estratégico en las decisiones de producción.

El presidente fue insistente en enfatizar que los y las técnicos/as de organismos oficiales han tenido poca participación en las experiencias productivas que iniciaron desde el año 2011. Consideró que fue el factor más importante en el fracaso de varias de las diversas experiencias productivas mencionadas, tanto por la agenda de los y las técnicos/as, como porque "estos ingenieros vinculaban los espacios de capacitación a aspectos político-partidarios"²³ y eso era un factor que molestaba a los y las miembros de la cooperativa.

Estas dificultades también reflejan la falta de acompañamiento del Estado en los proyectos de desarrollo y más de aquellos impulsados por jóvenes, algo que Espejo (2012) destaca en sus escritos para potenciar a las juventudes rurales. Como también una problemática presente en la agricultura familiar principalmente por el poco o nulo conocimiento respecto de las reglas de intercambio comercial.²⁴

Transcurridos unos tres años de la puesta en funcionamiento de la Cooperativa, había factores que aún la afectaban: altibajos en la producción en cuanto a la calidad de los productos, la escala productiva, dificultad para la circulación de los productos alimenticios (caminos, localización de los lugares de producción, disponibilidad de vehículos adecuados para transporte de alimentos), falta de estructura de para contener solventemente esta integración de la comercialización con la producción.

Había un intento permanente, sobre todo en la figura del presidente quien lidera estos pro-

²³ Fragmento de entrevista al presidente de la cooperativa. Agosto 2018.

²⁴ Cattaneo y Lipshitz (2008).

cesos colectivos²⁵ para unir la dimensión de productor/a, comercializador/a, ya que la mayoría de las y los agricultores/as familiares se enfocaban solo en la producción y no en cuestiones relativas al mercado. Ahora bien, el presidente comprendía que toda esta actividad requería integrar nuevas habilidades y generar nuevos recursos en infraestructura y la participación de los y las miembros para incursionar en conocimientos sobre administración y comercialización; a esto se sumaba la complejidad de producir para un mercado en el que, además, intervenían el Estado provincial y municipal en lo que hace a la regulación general.

La figura y trayectoria del presidente es clave para entender la constitución de la Cooperativa ya que, a raíz de las problemáticas que se presentaron y de la posición estratégica como empleado dentro del municipio por la que había recibido formación en gestión cooperativa, surgió en el 2016 la necesidad de disponer de un lugar de comercialización más estable y consolidado, además de otros espacios de venta alternos que pudieran conseguir, para los diversos productos de la agricultura familiar que producen los y las miembros.

Acompañando este proceso se fueron agrupando los socios/as más jóvenes, con el fin de buscar soluciones a las problemáticas rurales desde una perspectiva de permanencia en el área rural. Como resultado de este proceso se obtuvo el predio de un camping. Dicho predio se fue construyendo con las acciones realizadas por el grupo de jóvenes, utilizando materiales reciclados, con la finalidad de realizar diferentes actividades deportivas y de dispersión orientadas a los y las jóvenes y a la población en general de la zona. Aquí pueden ser analizados los dichos de Espejo (2017), acerca de los y las jóvenes que fueron encontrando

herramientas, motivaciones y aspectos atractivos de la vida en ámbitos rurales lo que los hará protagonistas del desarrollo de sus propios espacios. Esto necesariamente debe ir de la mano del acompañamiento del Estado con políticas públicas consistentes.

También es importante destacar en este proceso la figura del presidente desde el inicio de la Cooperativa, en la cual demostró un liderazgo fuerte y visión hacia el futuro, con la realización de proyectos e ideas para ampliar y mejorar la transparencia de las actividades. Sobre todo, con respecto a los mecanismos de toma de decisión y manejo de recursos, para asegurar la credibilidad de la organización tanto hacia adentro como hacia fuera, aspectos que marcan Durstewitz y Escobar, (2006) para el éxito de las organizaciones en cuanto a lograr solidaridad, compromiso y consolidación.

3.2. MERCADO COOPERATIVO

De este modo, más allá de las dificultades y la motivación por resolverlas, surge la creación del Mercado Cooperativo en el año 2016 a partir de la propia iniciativa de las y los miembros de la Cooperativa de Trabajo, con la finalidad de tener un lugar de comercialización propio que pudiera garantizar la venta de sus productos.

El mercado contaba con un espacio físico importante de unos 30 m² dividido en sectores, con buena iluminación y cartelería que acompañaba su presentación. Los productos ofrecidos eran verduras, frutas, licores, pickles, lácteos, carnes, quesos, entre otros.

Al ingresar al mercado se visualiza una carretilla que simboliza el trabajo agrario y también sirve de depósito para las verduras que se ofrecen. A la izquierda hay unos estantes que tienen productos de la chacra y una heladera pequeña donde guardan masa para tartas y

²⁵ Durstewitz y Escobar (2006); Labourdette y Scaricabarozzi (2010).

empanadas que compran de una fundación dedicada a la rehabilitación de jóvenes con adicciones. También hay ricota, quesos caseiros, grasa de vaca, de cerdo y embutidos que proceden de los y las productores/as de las cooperativas vinculadas al mercado.

Aquí es importante aclarar, como bien lo plan-tearon el presidente, los y las socios/as en las entrevistas realizadas, que el mercado en sí mismo, además de fortalecer la economía de las y los productores de la cooperativa, fue su-mando vínculos con otras cooperativas para diversificar los productos ofrecidos en el lugar de ventas, generando además una red de di-versos productores de la agricultura familiar. Lo cual puede asociarse a las redes comunitarias conceptualizadas por Ussher (2009); además de fortalecerse la propia cooperativa también lo hacen otras y otros agricultores/as familiares de la zona. Sin olvidar que la comercialización de la producción es una problemática presente en la agricultura familiar principalmente por el desconocimiento o poco conocimiento res-pecto de las reglas de intercambio.²⁶

En el sector donde es necesario mantener la cadena de frío, se contaba con la capacidad de elaboración de productos derivados de la leche y de la carne, para lo cual la Cooperativa tenía el aval de SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria) en cuanto al control del proceso de elaboración y venta de productos.

Donde estaba expuesta la producción fruti-hortícola se encontraba escrito en un cartel: “¡Yo apoyo a los pequeños productores!”. La Cooperativa convirtió este ámbito en un espacio para generar conciencia respecto de la procedencia local de los productos, la existencia de las y los productores y la importancia de apoyarlos en la consolidación de este mer-

cado. Ahora bien, al momento de la visita se puso en evidencia la falta de stock en las gón-dolas, debido a una baja producción de frutas y verduras por parte de los y las productores/as locales, que se traducía también en mayor presencia de productos foráneos.

A la derecha del ingreso al mercado se encon-traba la caja de cobro y también de pago a los y las proveedores/as de aquellos alimentos que ellos/as no producían. La cajera del merca-do era socia de la Cooperativa y tenía el cargo de protesorera, se turnaba con otra empleada que era la esposa del carnicero, para la aten-ción de la caja. Era notable cómo los socios y socias de la Cooperativa estaban vinculados por alguna relación familiar o de amistad. Es importante señalar este aspecto, ya que es a partir de las relaciones sociales que se fueron entrelazando los modos de funcionamiento que conformaba la Cooperativa, factor que destacan Durstewitz y Escobar (2006) para el buen funcionamiento de las asociaciones.

Detrás del mostrador existe una vitrina que da a la calle, donde hay productos convenciona-les que no pertenecen a la agricultura familiar (jugos industriales, alfajores, productos de lim-pieza, entre otros).

Al fondo del local se divisan carteles grandes con el precio de las diferentes carnes que ofre-cen (cerdo, vaca, pollos) y sus cortes. Se des-tacan los cortes de cerdo que provenían de los y las productores/as de otras cooperativas. Disponían de batea de carnicería y heladera industrial para mantener conservada la carne.

El carnicero era productor de cerdos y trabajaba junto con su esposa dentro de la Cooperativa. Fi-nalizando los tres días de trabajo de campo, los y los miembros del mercado y la Cooperativa, decidieron contratar a un carnicero, así el actual podía dedicar más tiempo a la producción de le-ches y pollos, su actividad anterior.

²⁶ Cattaneo y Lipshitz (2008).

A la derecha del local también había unas pequeñas góndolas, donde se exhibían productos elaborados como mermeladas, dulces caseros, licores, y otros productos dulces de elaboración local.

El mercado cooperativo utilizaba un etiquetado propio para los productos que desarrollaba y aquellos productos que vendían de otros y otras productores/as locales, que no integraban la Cooperativa, para los que utilizaban otra denominación comercial. Ambas partes compartían la misma problemática dentro del marco de la agricultura familiar, la falta de un espacio o punto de comercialización.²⁷

Detrás de este sector estaba la oficina del mercado que disponía de un escritorio con una computadora, impresoras, y otros elementos afines a la actividad comercial, así como variada documentación de los movimientos contables. Allí la encargada, pareja del presidente, atendía, registraba y contabiliza las compras a los proveedores, y el movimiento contable general del mercado.

El mercado disponía de un espacio de alrededor de 30 m², en una buena ubicación respecto de los/as habitantes y consumidores/as del pueblo y de pobladores/as de zonas aledañas, ya que además se encontraba a pocas cuadras de la ruta nacional 12. Así también contaban con los servicios necesarios para un comercio como agua, luz, refrigeración y mobiliario. Eran cuatro personas que trabajaban de manera directa en diferentes horarios: dos en la caja, una en el sector carnicería y una en el sector contable, mientras que el presidente era el encargado de la coordinación.

La impronta de la relación entre la Cooperativa y el mercado es que los productos que muchos/as socios/as generaban, con valor

agregado y diferentes a la producción de tabaco, podían ser vendidos en el mercado. Así lo describe uno de los miembros “tambo, pollo, cerdo, es para consumo interno, la idea es hacer todo en conjunto”, en definitiva, el objetivo era que los/as productores/as rurales tengan un espacio donde vender sus productos.

3.3. EL MERCADO COOPERATIVO Y LA PRODUCCIÓN AGROECOLÓGICA COMO UNA INNOVACIÓN

Durstewitz y Escobar (2006) plantean que es poca la evidencia empírica existente de mercados generados por pequeños/as productores/as. Incluso en la zona del mercado cooperativo resultó novedoso e innovador para la población, ya que los demás mercados eran convencionales y contaban con una sola feria franca.

Un punto a visualizar, en relación con el proceso de innovación, –en términos de la definición citada previamente de Tort (2008)–, es que, si bien en el mismo pueblo existía una feria franca consolidada hacía tiempo como espacio de comercialización de agricultores/as familiares, así como otros mercados de la provincia, estos espacios poseían una estructura específica. Esta estructura se caracteriza por responder a una asociación civil y está enmarcada en una ley provincial específica que regula su formación, funcionamiento y control dentro del territorio misionero (Ley III n°10 “Ferias Francas y Mercado Concentrador Zonal”), como bien lo expone Anello (2017).

En el marco de esta investigación no se preguntó acerca del motivo por el cual los/as miembros de la cooperativa decidieron no ingresar al espacio de comercialización preexistente de ferias francas. Lo que pudo observarse es que, como cooperativa, los/as asociados/as tenían la meta de crecer en conjunto y generar un espacio con una impronta distintiva, desde una perspectiva agroecológica para la producción y comercialización. Así tampoco

²⁷ Cattaneo y Lipshitz (2008); Durstewitz y Escobar (2006).

se ha encontrado bibliografía que refleje la participación de cooperativas dentro de ferias francas. Lo cual puede deberse a que, si bien la ley de ferias no imposibilita la participación de cooperativas dentro de las mismas, también estas últimas presentan un estatuto diferente. Por ello, cuestiones como ingreso o egreso de participantes, precios, roles, entre otras, son aspectos trabajados de forma distinta en ambas personerías jurídicas.

El mercado se fue fortaleciendo con el tiempo, principalmente como un espacio físico comercial más consolidado respecto de las experiencias previas de comercialización más informales que había tenido la Cooperativa; es por ello que el mercado resultó una innovación en sí misma para la organización. Lo cual generó un punto común de encuentro, promoción y venta de la producción diversificada que los agricultores y agricultoras ofrecían. Así como una alternativa a la par de la agricultura de contrato de la que dependían: la producción de tabaco.

De esta manera, como bien se ha mencionado, muchos de los productos cultivados por los/as agricultores/as familiares, además del valor agregado de producción local, sumaron a su producción la lógica de una perspectiva agroecológica. Lo que representó, por un lado, un beneficio a quienes trabajaban la tierra, ya que implicó disminuir o dejar de manipular agrotóxicos, utilizados en las plantaciones de tabaco, y un valor agregado respecto de aquellos productos que ofrecían en relación a lo ofertado en otros espacios de venta en zonas aledañas. Ello implicó brindar a los y las consumidores/as alimentos que no contengan estos residuos de las pulverizaciones, como las que se encuentran en verduras o frutas provenientes del modelo de agronegocio actual. Esta decisión fue fundamental ya que, como se nombró en el marco conceptual de este artículo, existen varias investigaciones sobre la potencial peli-

Muchos de los productos cultivados por los/as agricultores/as familiares, además del valor agregado de producción local, sumaron a su producción la lógica de una perspectiva agroecológica.

Lo que representó, por un lado, un beneficio a quienes trabajaban la tierra, ya que implicó disminuir o dejar de manipular agrotóxicos, utilizados en las plantaciones de tabaco, y un valor agregado respecto de aquellos productos que ofrecían en relación a lo ofertado en otros espacios de venta en zonas aledañas.

grosidad de los agroquímicos y sus efectos tanto en la salud como en el ambiente.²⁸

La idea de un espacio de venta propio surgió de la necesidad y demanda grupal, ya que les permitía sortear las dificultades en la comercialización. Además de que representaba una asignación más eficiente de tareas y un acceso mayor a recursos externos.²⁹ Asimismo, la iniciativa de producir de forma agroecológica provino de capacitaciones y encuentros realizados por algunos/as de los/as socios/as. Estas capacitaciones fueron desarrolladas en diferentes espacios formativos y por la motivación de correrse de la dependencia de la producción de tabaco, y evitar los efectos, ya mencionados, que conlleva la misma.

La transición hacia una producción agroecológica resultó un factor de cambio motivador

²⁸ Barruti, 2013.

²⁹ Craviotti y Wilches (2015).

para diversos socios/as de la cooperativa, y con el tiempo repercutió en el acercamiento de nuevos/as consumidores/as que eligieron al mercado como lugar de compra de alimentos debido al valor agregado de los mismos.

Ahora bien, aún existen aspectos a ser trabajados. Uno de ellos es que los/as miembros de la cooperativa no cuentan con un *stock* estable de los productos de la agricultura familiar. El transporte de alimentos sigue siendo una problemática, al igual que el *packaging* de los productos. Los encuentros y reuniones entre los y las miembros, es un aspecto que se evidenció también como conflictivo, en el sentido de que las convocatorias y asistencia a los encuentros, como bien mencionaba el presidente, eran escasos o debido a la asistencia de un/a solo/a miembro de la familia, que luego, fuera de las reuniones, se desdecía de las decisiones tomadas.

Otra de las cuestiones mencionadas era la falta de personas que se hicieran cargo de la parte administrativa, es decir, poca dinámica y circulación de roles, como la falta de guía técnica en cuanto a las estrategias productivas, comerciales o tecnológicas, aspectos que como bien describen Durtewitz y Escobar (2006), implican factores de éxito o dificultades dentro de las experiencias de comercialización de pequeños/as agricultores/as.

Sin embargo, estas dificultades no impidieron el avance del mercado y de nuevos proyectos o metas a concretar, tanto por el capital social logrado con los años de desarrollo de la Cooperativa, la figura de liderazgo construida por el presidente dentro la misma, los y las jóvenes implicados e implicadas en generar oportunidades propias dentro de sus territorios y el objetivo conjunto de producir alimentos más sanos para ellos/ellas, los y las consumidores/as de su mercado y para el ambiente. La poca rentabilidad del tabaco, así como los riesgos

en salud fueron aspectos destacados en este sentido por ellos y ellas.

Otro aspecto a destacar es la construcción de comercio justo, de la mano de la economía social,³⁰ que planteaban desde la cooperativa. Esta perspectiva, vale mencionar, tiene como principales objetivos mejorar las condiciones económicas y sociales de los y las agricultores/as, siendo por lo tanto una opción accesible para el/la consumidor/a, pero también para que el/la productor/a obtenga una ganancia justa que sustente su propia calidad de vida. La idea de beneficio mutuo se reflejaba en los comentarios de las/los consumidores/as y los/las miembros del mercado durante las entrevistas.

Este proceso representa un trabajo intenso de fondo, siguiendo lo que plantean Durtewitz y Escobar (2006), en cuanto a generar confianza y solidez en los vínculos internos como externos, en construir mecanismos de participación y comportamiento dentro de las toma de decisiones e interacciones dentro de la Cooperativa, la búsqueda de consensos básicos dentro de las acciones de fortalecimiento de la organización, a lo que también se suma construir y mantener una relación de confianza entre el presidente y las y los miembros. Esto último apunta a que hubo decisiones que ha tomado por sí mismo por la falta de asistencia a reuniones por parte de las y los miembros, que generaba desentendimiento hacia dentro.

Ahora bien, a pesar de los diferentes obstáculos que han presentado desde los comienzos de la cooperativa, aún en ese entonces se mantenía un grupo consolidado con diferentes proyectos en vista y con un mercado instalado y destacado por sus consumidores/as. Asimismo, como bien se ha mencionado, la figura del presidente dentro de la Cooperativa había sido un pilar fundamental debido a la iniciativa

³⁰ Durtewitz y Escobar (2006); Coraggio (2010).

Es importante la figura de un líder que piense el crecimiento de la organización con la participación del conjunto de miembros buscando hacer valer cada voz en el proceso.

y motivación por seguir creciendo, lo cual ha generado diferentes logros como la planta de faena, el camping, el mercado. Se destacaba su capacidad de gestión dentro de la Cooperativa, más allá de que él quisiera trabajar en sus tierras y delegar estas tareas a otras personas. Como se dijo anteriormente, es importante la figura de un líder que piense el crecimiento de la organización con la participación del conjunto de miembros buscando hacer valer cada voz en el proceso.

Asimismo, es relevante mencionar que, si bien la producción agroecológica, especialmente para los y las jóvenes que participan del mercado, estaba construyéndose como una alternativa productiva y organizativa, el tabaco seguía representando la producción de sustento más fuerte,³¹ con todos los riesgos que ello implicaba, ya que continuaban utilizando las herramientas, productos y lógicas productivas convencionales. Aunque sí apostando fuertemente al crecimiento del mercado.

4. REFLEXIONES FINALES

El presente artículo buscó, primeramente, describir las oportunidades y complejidades del asociativismo mediante una Cooperativa de trabajo de agricultoras y agricultores familiares, principalmente jóvenes, residentes de contextos rurales de la provincia de Misiones; en segundo lugar, presentar aquellos factores que representaron un proceso de desarrollo

rural e innovación: un mercado cooperativo desde la lógica de la economía social, como el valor agregado de una producción agroecológica para comercializar.

En relación al primer eje señalado, el asociativismo, tal como pudo observarse en la cooperativa descrita, permite redoblar esfuerzos conjuntos que de manera individual serían sumamente complejos o nulos. Tales como acceder a beneficios externos, mejorar la escala productiva, generar circuitos más cortos de comercialización, consolidar un espacio de venta común, encontrar alternativas al modelo productivo del agronegocio –centrado en monocultivos y uso de productos nocivos para la salud y el ambiente–, configurar redes internas y externas, el fortalecimiento grupal, entre otras cuestiones.

En medio de este contexto, el fomento del agronegocio sigue vigente, así como la preocupación por obtener alimentos y un ambiente sano. Ahora bien, teniendo en cuenta el segundo eje mencionado, es de suma importancia visibilizar procesos de innovación local que implican un cambio de lógica en cuanto a lo productivo y lo comercial. Para demostrar que es posible, aunque para nada simple, resulta necesario problematizar y buscar alternativas al paradigma de las agriculturas de contrato y del modelo del agronegocio vigente. Lo cual se vio reflejado en el trabajo conjunto de esta cooperativa de agricultores y agricultoras familiares, quienes trabajan en pos de alcanzar una mejor calidad de vida desde una mirada agroecológica y desde la economía social, con el fin de distanciarse de los efectos nocivos de los agrotóxicos utilizados en el cultivo anual del tabaco.

En este sentido, la construcción de un mercado para esta cooperativa, visibilizó un espacio de interacción social donde se entrelazaron vínculos y simbolismos, además de actividades de trueque y/o de comercialización. De esta

³¹ Besold, (2016); Diez (2009).

manera, para las y los productores se puso de manifiesto un nuevo modo de trabajar y vincularse en torno a la producción saludable: planear y ofrecer alimentos sanos a precios justos.

Las acciones realizadas por las y los actores de este caso en particular, sirven para incentivar a personas de otros espacios a llevar a cabo estrategias similares, apostar por alcanzar la soberanía alimentaria, así como un mayor desarrollo local y zonal. Además, generan evidencia empírica sobre cuáles son las características, oportunidades y dificultades que conllevan los trabajos asociativos y de innovación de la agricultura familiar actualmente. Al hablar de innovación se remarca el sentido de generar y/o utilizar tecnología, producción, modos de organización, estrategias comerciales, entre otras, que hasta el momento un grupo de personas no ha realizado.

Ahora bien, también es interesante destacar otros aspectos que atraviesan el análisis de los dos ejes nombrados anteriormente de esta experiencia.

Es de suma importancia visibilizar procesos de innovación local que implican un cambio de lógica en cuanto a lo productivo y lo comercial.

Para demostrar que es posible, aunque para nada simple, resulta necesario problematizar y buscar alternativas al paradigma de las agriculturas de contrato y del modelo del agronegocio vigente.

Una de estas cuestiones es aquello que motiva y aún a jóvenes de contextos rurales a permanecer en estos espacios y ser protagonistas del desarrollo local de sus territorios, ya que el desarraigo rural de la juventud continúa siendo una problemática a ser resuelta en estos ámbitos. En este caso, fueron ellos y ellas los y las principales actores activos, por motivación propia, en la construcción del proceso asociativo. Cuya acción les permitiría quedarse en la zona donde crecieron, construir herramientas para sacar provecho de las bondades y dificultades que trae la producción y comercialización de alimentos y mejorar su calidad de vida por sí mismos.

Otros aspectos a ser considerados son, por una parte, la presencia de un líder fuerte y motivador y, por otra parte, al capital social conformado, con la necesidad de generar un proyecto conjunto de beneficio mutuo. Todo ello los y las llevó a una serie de logros dentro del proceso de cambio de su desarrollo: una cooperativa, un mercado de venta propio, adquirir y construir una planta de faena de pollos, un camping con elementos reciclados para su propio disfrute y el de la comunidad. Así como dificultades tales como no contar con un *stock* estable de los productos propios, falta de un transporte avalado de alimentos, *packaging* más elaborado de los productos, asistencia más estable de las y los miembros a las reuniones, así como un mayor dinamismo en los roles internos.

También es necesario destacar la importancia de la legislación y promulgación de políticas públicas que contemplen al sector de la agricultura familiar y sus necesidades. Así como el fortalecimiento de instituciones que poseen recursos humanos especializados en la extensión rural para el acompañamiento de las mismas. Ya que el esfuerzo y la motivación propia son importantes, pero no suficientes cuando no se cuenta con los recursos básicos. Como bien se ha mencionado, en las últimas tres dé-

cadáveres existieron, y existen, instituciones y programas que trabajan en pos de este sector, sin embargo, la demanda sigue siendo mayor que el alcance de las políticas públicas y la contradicción situada de las mismas. Es decir que, a pesar de los esfuerzos, el incentivo y los recursos que fue construyendo esta cooperativa para su desarrollo y proceso de innovación, la opción de un cambio radical de la producción de tabaco por el mercado y el valor agregado generado, seguía sin poder ser en ese entonces una posibilidad viable, principalmente por la potencial pérdida del factor económico.

En este sentido, un ejemplo de una experiencia interesante en cuanto políticas públicas que respalden a las y los pequeños/as productores/as, es el llamado "Programa de adquisición de Alimentos de Brasil" establecido por la Ley N°10.696 en el año 2003 como parte de la estrategia de "Hambre Cero" del mencionado país. A partir de la implementación del Programa, es el gobierno el que compra alimentos directamente a agricultores/as familiares y comunidades indígenas, que tienen como destino la red socio-asistencial: guarderías, escuelas, comedores, hospitales, fuerzas armadas, entre otros,³² generando una suerte de re-alimentación entre diferentes sectores.

Asimismo, en lo que respecta a la experiencia de esta cooperativa, otras dificultades que destacaron quienes fueron entrevistados/as fueron la falta de acompañamiento técnico, como la posibilidad de formación en gestión, administración y producción. Este aspecto posiblemente se relaciona con lo expresado por Landini (2016) en su texto "Problemas en la Extensión Rural en América Latina": la falta de

recursos humanos, la falta de apoyo público, la escasa continuidad de políticas públicas, la falta de recursos y presupuesto a las instituciones de extensión rural, entre otros problemas. Sin olvidar las fuertes crisis de financiamiento y recursos que enfrentaron estas instituciones en las últimas décadas y los problemas de financiación para la mecanización, elaboración y comercialización de sus producciones.

Siguiendo esta línea de sentidos, se debe tener en cuenta que Misiones es una provincia que posee una Ley de Agricultura Familiar propia, además de la legislación nacional, que, si bien fue creada posteriormente al desarrollo de este grupo de personas, cuenta con diversas instituciones que la aplican. Sin embargo, de igual manera se evidencia la falta de alcance.

Para finalizar, cabe destacar que este escrito lejos está de querer mostrar un modelo ideal a seguir; la misma lógica de la agroecología, más allá de los principios en los que se basa, está en contra de las "recetas", defendiendo el caso a caso del contexto y sus especificidades. Sino que se buscó presentar una experiencia que posee varios aspectos interesantes: innovación local, producción con un enfoque agroecológico, comercialización de la agricultura familiar, juventud rural, y las dificultades y oportunidades que refleja todo ello en pos de mostrar herramientas y reflexiones para quienes se encuentran transitando situaciones similares. Por último, se considera de gran utilidad e importancia este escrito ya que busca dar voz a los propios actores involucrados en esta transformación: las y los agricultores familiares, principalmente jóvenes rurales.

³² Maffra y Boza (2020).

BIBLIOGRAFÍA

- Altieri, M., (2012). "Agroecología: única esperanza para la soberanía alimentaria y la resiliencia socio ecológica". *Agroecología*. 7 (2): 65-83.
- Amable, M. A., Rojas, L. M. y Dohmann Brauning, M. K. (2011) *Historia Misionera: una perspectiva integradora*. (2da. Ed.). Misiones: Montoya.
- Anello, M. C. (2017). "Ferias Francas de Misiones: organización popular para el arraigo de la agricultura familiar". En Coraggio, J. L. *Miradas sobre la economía social y solidaria en América*. Ediciones UNGS: Buenos Aires, 305-318
- Arzeno, M., y Ponce, M. (2014). "Las contradicciones de las políticas públicas: desarrollo territorial rural en la provincia de Misiones", Argentina. *Cuadernos del CENDES*, 31(85), 69-93.
- Barruti, S. (2013). *Malcomidos. Cómo la industria alimentaria argentina nos está matando*. Buenos Aires: Planeta.
- Besold, S. (2016). *Estrategias de los pequeños productores familiares del noreste de Misiones. La producción de alimentos y el cultivo de tabaco como alternativas productivas: un abordaje desde el enfoque sistémico*. Tesis de maestría. Misiones, Argentina: Universidad Nacional de Misiones. Disponible en: https://rid.unam.edu.ar/bitstream/handle/20.500.12219/1168/BESOLD-Silvana-2016-Alimentos-y-cultivo-Tabaco-TESIS-MDR_2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Caballero, C. G. (2018). *Soberanía Alimentaria y Desarrollo: caminos y horizontes en Argentina*. Buenos Aires: Monadanomada.
- Cattaneo, C., y Lipshitz, H. (2008). "Criterios para solucionar problemas de comercialización de productos agropecuarios en pequeña escala". Serie Documentos de Capacitación, 3. Ministerio de Economía y Producción, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos, Dirección de Desarrollo Agropecuario, PROINDER.
- Ceccon, E. (2008). "La revolución verde, tragedia en dos actos". *Ciencias*. Vol. 1, Núm. 91, pp. 21-29. México: Universidad Nacional Autónoma de México
- Celi, J. A. (2019). "Glifosato sin barreras". Instituto de Formación Técnica Superior N°10. Recuperado de: https://www.academia.edu/40482232/_Glifosato_sin_barreras_
- Christoplos, I. (2010). *Cómo movilizar el potencial de la extensión agraria y rural*. Roma: FAO.
- Coraggio, J. L. (2010). "Economía Social. Conceptos para el análisis. Los principios de institucionalización de lo económico". En Cittadini, R, Carballo, L., Moricz, M. y Mainella, F. (comp.). *Economía Social y Agricultura Familiar. Hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención*. Buenos Aires: Ediciones INTA.
- Craviotti, C. (2014). "La agricultura familiar en Argentina: Nuevos desarrollos institucionales, viejas tendencias estructurales". En Craviotti (comp.) *Agricultura familiar en Latinoamérica: Continuidades, transformaciones y controversias*. Editorial CICCUS: Buenos Aires, 175-204.
- Craviotti, C y Wilches, R. S. (2015). "Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina". *Mundo Agrario*, 16 (33). ISSN 1515-5994 <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/>
- Diez, C. (2009). *Pequeños productores y agroindustria: una etnografía en Colonia Aurora, Misiones*. Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Misiones.
- Durstewitz, P. y Escobar, G. (2006). *La vinculación de los pequeños productores rurales a los mercados*. RIMISP

- Espejo, A. (2017). "Inserción Laboral de los Jóvenes Rurales en América Latina: Un breve análisis descriptivo". Grupos de Diálogo Rural, una estrategia de incidencia. Serie documento N° 225. Grupo de Trabajo Inclusión Social y Desarrollo. *Programa Jóvenes Rurales, Territorios y Oportunidades: Una estrategia de diálogos de políticas*. Rimisp, Santiago, Chile.
- Fernández, M. E. (2006). "Las cooperativas: organizaciones de la economía social e instrumentos de participación ciudadana". *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, 12(2), 237-253. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011651004.pdf>
- Foro Nacional de la Agricultura Familiar - FoNAF (2007) *Documento Base del FoNAF para implementar las políticas públicas del sector de la Agricultura Familiar*.
- García, A. L. (2012). "Productores familiares y agricultura de contrato. Vínculos y estrategias en el caso de la avicultura entrerriana". *PAMPA*. 1 (9), Santa Fe, Universidad Nacional del Litoral, pp.207-233.
- González, C. y Roman, M. (2012). *Juventud y migraciones: vivencias, percepciones, ilusiones: un estudio en NOA y NEA*. Coordinado por Patricia Lizarraga y Valeria Echeverry - 1a ed. - Buenos Aires: Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca
- Gortari, J. y Oviedo, A. (2004). "Desafíos para las cooperativas en Misiones: Experiencias de economía social en el escenario local y regional". II Congreso Nacional de Políticas Sociales (Mendoza, septiembre 2004).
- Halasz, G. R y Cambeiro, M.B. (s/f). *Cooperativas de trabajo*. Recuperado de: http://www.consejo.org.ar/coltec/files/Cooperativas_Cambeiro-Halasz.pdf
- INDEC (2018). Censo Nacional Agropecuario 2018. Resultados preliminares. Disponible en: https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/cna2018_resultados_preliminares_agricultura.pdf
- Jara, C. E., Sperat, R. R., Manrique, L. F. R., & Herrera, A. G. (2019). "Desarrollo rural y agricultura familiar en Argentina: una aproximación a la coyuntura desde las políticas estatales". *Revista de Economía e Sociología Rural*, 57(2), pp. 339-352.
- Landini, F. (2016). Problemas de la extensión rural en América Latina. *Perf. latinoam*. [online]. México vol.24, n.47, pp.47-68. ISSN 0188-7653. <https://doi.org/10.18504/pl2447-005-2016>.
- Mackinlay, H. (2008). "Jornaleros agrícolas y agroquímicos en la producción de tabaco en Nayarit". *Alteridades*, vol. 18, núm. 36, julio-diciembre, pp. 123-143 Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa Distrito Federal, México.
- Maffra, Lourrene, y Boza Martínez, Sofía (2020). "Influencia de Brasil en la Política Alimentaria Latinoamericana: el programa de compras públicas a la agricultura familiar de Chile". En *Estudios internacionales* (Santiago), 52(195), p.65-85.
- Martínez, M. R., Arzamendia, A. y Núñez, A. (2021). "Mercado de la Economía Social y Sustentable: caso de innovación y desarrollo rural de Bonpland, Misiones, Argentina". En Dos Santos Leite, M. L. (Org.) *Políticas públicas, agricultura familiar e sustentabilidade*, e-book N°9, pp. 120-138. Foz do Iguazú: Editorial CLAEAC.
- Ministerio de Haciendas y Finanzas Públicas. Secretaría de Política Económica y Planificación del Desarrollo (2016). *Informes productivos provinciales*. Año 1, N°8, octubre.
- Muscio, L. (2017). "Agroquímicos en cuestión, prácticas en tensión: El uso de insumos agropecuarios y el cuidado del medioambiente en productores familiares del partido de Lobería". *Trabajo y sociedad*, (29), 157-176. Buenos Aires.

Labourdette, S., y Scaricabarozzi, R. (2010). "Hacia un nuevo concepto de liderazgo". *Orientación y sociedad*, (10), 17-29. Recuperado de: <https://revistas.unlp.edu.ar/OrientacionYSociedad/article/view/8299/7308>

Tort, M. (2008). "Enfoques de la extensión rural. En nuestro agro: ¿Evolución, complementación u oposición?". En Balsa, J., Mateo G. y Ospital, M. (Comp.) *Pasado y presente en el agro argentino* (pp. 428-450). Buenos Aires: Lumiere.

Sández, F. (2016). *La Argentina Fumigada*. Buenos Aires: Planeta.

Sevilla Guzmán, E. (2012). *Canales cortos de comercialización en Andalucía*. Centro de estudios Andaluces. España

Taylor y Bogdan (1994). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. (Segunda reimpresión). Buenos Aires: Paidós.

Valenzuela, C. O. (2006). *Transformaciones agrarias y desarrollo regional en el nordeste argentino: una visión geográfica del siglo XX*. Buenos Aires: La Colmena.

Wezel, A., Bellon, S., Doré, T., Francis, C., Vallod, D., y David C. (29 de enero del 2009). Agroecology as a science, a movement and a practice. A review. *Agronomy: for Sustainable Development*, pp. 503-5
