

UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO DE TRABAJO SOCIAL
Tesis Licenciatura en Sociología

**Producción orgánica en Uruguay:
el caso de los productores familiares de la Asociación
de Productores Orgánicos del Uruguay**

Paula Mascheroni Laport

Tutora: Ema Julia Massera

Indice

	<i>Página</i>
Introducción	2
1. Cambios en el marco de referencia de la producción familiar	3
1.1 <i>Producción orgánica</i>	
Algunas características de la producción orgánica nacional	
1.2 <i>Producción familiar</i>	
Producción familiar en Uruguay	
2. Lineamientos de investigación	17
3. Los productores familiares de APODU	20
3.1 <i>Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay (APODU)</i>	
Objetivos	
Importancia social y económica	
Tipo de producción orgánica	
Relación con otros actores	
Proyectos, expectativas	
3.2 <i>Los productores familiares de APODU</i>	
Opinión sobre APODU	
4. Racionalidad de producción de los productores familiares de APODU	25
4.1 <i>Qué producen y por qué la producción orgánica</i>	
4.2 <i>Cómo producen</i>	
4.3 <i>Para quién producen</i>	
4.4 <i>Para qué producen</i>	
4.5 <i>Síntesis</i>	
5. Conclusiones	42
6. Nuevas interrogantes	46
7. Bibliografía	48
8. Anexo	52

1. Introducción

La presente Monografía es una continuidad del trabajo realizado en el Taller de Sociología del Trabajo "Trabajo y Competitividad en el Uruguay" de la Licenciatura en Sociología. La investigación realizada consistió en el análisis de la experiencia de los productores orgánicos miembros de la Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay (APODU) con el objetivo de aportar una nueva mirada sobre la producción familiar en Uruguay y sus procesos de adaptación al nuevo escenario nacional e internacional de las últimas décadas.

En esta investigación retomamos el trabajo realizado en esa oportunidad a partir de una relectura crítica del mismo. Ampliamos el enfoque anterior con el objetivo de cubrir nuevos aspectos y aportar al debate sobre la nueva ruralidad. Nos interrogamos sobre los elementos que componen la racionalidad de producción de los productores familiares orgánicos e intentamos vincularla con el contexto social y económico en el cual se desarrolla.

Este informe está organizado en seis apartados. En el primero se presenta el marco de referencia para este estudio. En el segundo se plantean las decisiones de carácter metodológico. En el tercer y cuarto apartado se encuentran los resultados de la investigación. En el quinto se desarrollan las conclusiones. Finalmente, en el sexto apartado se incluyen una serie de nuevas interrogantes surgidas en el proceso de investigación.

2. Cambios en el marco de referencia de la producción familiar

En las últimas décadas han tenido lugar una serie de fenómenos y procesos cuyos efectos influyen significativamente en la transformación del medio rural.

El fenómeno de la globalización implicó, en su aspecto económico, la eliminación de las barreras comerciales a nivel internacional con la consiguiente globalización del mercado y del abastecimiento. Se produce la reorganización del comercio mundial en base a la liberalización del mismo y a la proliferación de convenios y bloques comerciales (CEE, Tratado de libre comercio de Norteamérica, Mercosur). Se asiste al pasaje gradual de las restricciones comerciales de tipo tarifarias a restricciones no tarifarias, o sea sanitarias y fitosanitarias, administrativas, referidas a la seguridad alimentaria. Toman más fuerza conceptos como el de la trazabilidad que da cuenta de la gestión de producción y comercialización del producto.

La globalización de la economía generó una serie de transformaciones en el sistema agroalimentario mundial. Teubal (2001) señala que en los últimos años se ha ido consolidando un sistema agroalimentario mundial bajo la égida de las grandes corporaciones transnacionales agroindustriales: "que operan en la provisión de insumos y tecnología, procesan productos de origen agropecuario, comercializan internacionalmente esta producción, y realizan gran parte de la investigación en materia agropecuaria".¹ El poder de estas corporaciones reside en su tendencia a realizar la integración vertical de las cadenas productivas, participando en todo el proceso desde la producción de semillas hasta la distribución de los productos finales de origen agropecuario. "La concentración económica que han impulsado en décadas recientes ha ido acompañada por la correspondiente concentración del poder".²

Esto condujo a transformaciones en la división internacional del trabajo en materia agroalimentaria. Los países del tercer mundo pasaron a producir una serie de nuevos productos para la exportación. Como consecuencia de ello, en muchos casos el reemplazo de la producción de alimentos básicos por la producción de alimentos no tradicionales, genera escasez y alza de precios afectando los sectores más pobres de estos países. Otros efectos negativos que la promoción de exportaciones no tradicionales trajo aparejados son: problemas de salud de los

¹ Actualmente, grandes corporaciones transnacionales agroindustriales dominan una parte importante del comercio mundial de los productos agropecuarios. Seis corporaciones controlan el 85% del comercio mundial de granos y 15 el comercio entre el 85% y 90% del comercio algodónero. Muchas CTA son conglomerados: ej. la tabacalera Phillip Morris es la corporación agroalimentaria más importante de USA y la segunda en el mundo, la empresa automotriz Mitsubishi es una de las principales procesadoras de carne del mundo. (Teubal, 2001)

² Teubal, M. "Globalización y nueva ruralidad en América Latina". Pág. 52 y 56 En: Giarroca, N. (Comp) ¿Una nueva ruralidad en América Latina?. 2001. CLACSO. Argentina.

trabajadores a causa del uso de agroquímicos, distribución inequitativa, degradación ambiental, migraciones campo-ciudad, algunos países cambiaron el apoyo que tradicionalmente brindaban a la producción de alimentos básicos y a la realización de investigaciones en torno a ella, por el apoyo y la investigación en productos agropecuarios.

Estos cambios en el sistema agroalimentario mundial van acompañados por cambios en las preferencias del consumidor. Se verifica una segmentación de los mercados: por un lado un segmento tradicional de alimentos básicos tipo commodities y por el otro emerge un segmento de mercado –reducido en términos de volumen pero importante en términos de valor- de alimentos culturales, naturales, o de consumo elitista donde los productos se caracterizan por su diferenciación, calidad y cuidado del medio ambiente (Riella, 1994). El surgimiento de este “nicho de mercado” se vincula a modificaciones en las pautas alimentarias, principalmente de los sectores medios y altos, donde se privilegian los alimentos frescos y naturales identificados con lo saludable.

En este contexto, a nivel regional se producen cambios en las políticas y procesos agroindustriales. A partir de la década del 70, con el deterioro del modelo de Industrialización Sustitutiva de Importaciones (ISI), comienzan a aplicarse políticas de liberalización y ajustes estructurales en el sector agropecuario. Con ellas el fin de la reforma agraria, el fin de los subsidios, la reducción de los recursos públicos destinados a la asistencia técnica y a la investigación en el sector, la aplicación de medidas de liberalización arancelaria y apertura al exterior que impiden en muchos casos que los productos agrícolas de la región puedan competir con los productos y empresas internacionales fuertemente subsidiadas en sus países de origen. En este contexto de incertidumbre e inestabilidad los pequeños productores quedan cada vez más desprotegidos, generándose procesos de descomposición y desaparición de aquellos que no pueden adaptarse a estas condiciones.

Es a partir de estos intensos cambios ocurridos en las últimas décadas y que impactaron decididamente en el medio rural, que surge en los países europeos (y se extiende al resto de los países) la perspectiva de la **“nueva ruralidad”**; una nueva mirada con el propósito de abordar la problemática de los territorios rurales y dar una explicación a las realidades emergentes en la sociedad rural.

La ruralidad, como lo señala Entrena (1998), es una construcción social que depende del contexto social y temporal en el cual surge: “constituye una situación social cuya construcción o conformación es un efecto (no intencional ni previsto, en la mayoría de los casos) resultante a partir de procesos de acción social humana, entendida aquí esta acción en un sentido amplio que

engloba lo socioeconómico, lo político institucional y lo simbólico cultural (Entrena: 1998)". Por lo tanto, "los usos y la concepción de la ruralidad cambian en función del contexto social y temporal en el que se lleva a cabo su construcción social"³.

En la actualidad, los grandes cambios en el medio rural como la coexistencia de una diversidad de ocupaciones y situaciones (pluriactividad); el desarrollo de actividades productivas y de servicios, sólo algunos de ellos ligados con la agricultura; la globalización en los espacios rurales; la intensificación de las relaciones de los rural con el entorno urbano; la revalorización de lo rural (Gómez: 2001), se están traduciendo en la construcción social de nuevas funcionalidades de estos espacios y en una "vuelta a lo rural". Mientras que la vieja visión concebía lo rural como un paradigma del atraso y del subdesarrollo, las nuevas imágenes lo presentan como un paradigma del desarrollo equilibrado y deseado. Esta revalorización de lo rural, de sus modos de vida, formas de organización del trabajo y maneras "ecológicas" de cultivar, conllevan a nuevas funciones (productivas, recreativas, residenciales, de preservación de los patrimonios ambientales y culturales) de las áreas rurales. Lo rural no se limita a su función en la producción agrícola o al uso de la tierra para el cultivo de productos alimentarios y materias primas sino que debe ser considerado su papel en la producción de bienes materiales y simbólicos y de servicios.

Una de las nuevas demandas que la agricultura se ve enfrentada a satisfacer es la producción de alimentos de calidad: ya las funciones de los espacios rurales no se pueden reducir a la producción masiva de alimentos sino que son tenidos en cuenta aspectos tales como la calidad (organoléptica y sanitaria) de los mismos y la preservación del medio ambiente en el proceso productivo.

Como señalan Entrena y Villanueva, actualmente se experimenta el pasaje del fordismo al posfordismo, de la superproducción, estandarización productiva y rutinas laborales a la elaboración de productos especializados de calidad y diseño. "En el sector agrario, dicho tránsito se manifiesta en que, mientras que antes el desarrollo consistía sobretudo en el crecimiento económico, en aumentar e intensificar la producción (antropocentrismo productivista), actualmente se tiende a enfatizar el fomento de la competitividad a través de la mejora de la presentación ante el consumidor de los productos agrarios. Pero, no se trata sólo de mejorar la calidad de estos productos, sino de también la de las condiciones ambientales y vitales del entorno rural. (...) La búsqueda de la mejora de la calidad de vital y ambiental."⁴ Una de las

³ Entrena Durán, F y Villanueva Pérez, J.L. "Cambios en la concepción y en los usos de la ruralidad: del antropocentrismo productivista al ecocentrismo naturalista". Artículo publicado en "Cadernos de desenvolvimento e Meio ambiente", Número temático 2, 2000, Universidade Federal do Paraná, Brasil

⁴ Entrena Durán, F y Villanueva Pérez, J.L.. Ob. Cit

tendencias emergentes en el nuevo contexto pone pues, énfasis en la calidad productiva en detrimento de la cantidad y el productivismo⁵.

Resumiendo, la nueva ruralidad intenta dar cuenta de una serie de procesos objetivos que generan transformaciones en el mundo del trabajo y más específicamente en el mundo de las ocupaciones rurales, entre ellas la emergencia y expansión de las unidades familiares pluriactivas (parte de los miembros de los hogares rurales se dedican a actividades económicas y productivas no agrícolas, dentro o fuera de sus predios) y el desarrollo de sectores o actividades específicas no necesariamente agrícolas (turismo rural, artesanías y alimentos tradicionales).

En este sentido, cobran cada vez mayor importancia las producciones alternativas, entre ellas la **producción orgánica**, la cual emerge como depositaria de la nueva demanda que recae sobre los espacios rurales de producción de alimentos de calidad y que respeten el medio ambiente.

1.1 Producción orgánica ⁶

Durante las décadas del '60 y '70 la preocupación por la crisis ambiental se introduce en el ámbito político internacional. Los efectos negativos del desarrollo económico basado en el taylorismo – fordismo, como la contaminación creciente en las ciudades y los cursos de agua, los problemas debidos al uso de agroquímicos, la amenaza nuclear; colocaron a la humanidad frente a retos planetarios y replantearon la estrategia de desarrollo vigente.

Al concepto de desarrollo que pareció ser suficiente hasta la década de los cincuenta, hubo que agregarle el adjetivo sustentable, para mostrar la necesidad de un desarrollo permanente frente a la creciente evidencia de que los problemas ambientales eran consecuencia directa de las opciones de desarrollo. Ese concepto adquiere visibilidad internacional a partir del año 1987 cuando es presentado el Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU (Informe Brundtland) que popularizó el término desarrollo sustentable y se tornó en la principal referencia de la "comunidad sustentable".⁷ En este documento, llamado "Nuestro Futuro Común", se afirma que *"Está en manos de la humanidad hacer que el desarrollo sea sostenible, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias."*⁸ De esta forma, el concepto acuñado encierra un fuerte cuestionamiento al modelo de desarrollo de las sociedades actuales que en los últimos

⁵ Para el caso uruguayo ver Mossera, E. (2003) donde se estudian las diferentes estrategias empresariales de desarrollo productivo construyendo tres modelos –a partir de las dimensiones negocio, conocimiento, trabajo y relaciones laborales– coexistentes: extractivo, funcional y emergente. Este último estaría mostrando la presencia de caminos de desarrollo diferentes en Uruguay.

⁶ Ver Anexo

⁷ La Comisión Mundial del Medio Ambiente y el Desarrollo, fue convocada por el Secretario General de las Naciones Unidas en 1983, agrupando a 23 miembros bajo la presidencia de la noruega Gro Harlem Brundtland.

⁸ Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD). 1987. "Nuestro futuro común". Pág. 29

años demostró no ser sustentable ya que "socavaba la estabilidad ecológica y destruía las fuentes de subsistencia de los pueblos".⁹

El concepto "desarrollo sustentable" ¹⁰ es, desde sus primeros tiempos, un concepto polisémico, que engloba múltiples (des)acuerdos. Ha adquirido variadas definiciones y explicaciones que reflejan la existencia de disputas ideológicas e intereses distintos en torno al tema. A pesar de ello es posible encontrar en todas ellas un acuerdo sobre la necesidad de conciliar el desarrollo por largos períodos con el crecimiento económico y la conservación de los recursos naturales (Ehlers, 1996).

En la agricultura, el ideal de la sustentabilidad surgió como respuesta a la degradación ambiental, la ineficiencia energética y los efectos negativos sobre la salud de los habitantes rurales y los animales, causados por el sistema de producción agrícola moderno.

El concepto "agricultura sustentable" es también un concepto ambiguo donde coexisten variadas definiciones y concepciones (agricultura orgánica, agricultura alternativa, permacultura, agroecología, agricultura biodinámica, entre otras). Pero más allá de la pluralidad de concepciones que encierra, todas señalan la necesidad de repensar los fundamentos de la agricultura yendo desde aquellas concepciones que sólo pretenden reducir el uso de insumos químicos hasta aquellas que pretenden cambios radicales en relación a las prácticas convencionales.¹¹

En este trabajo asumimos la diversidad de puntos de vista en torno a este concepto y nos limitamos a realizar algunas consideraciones generales. Una agricultura sustentable debe compatibilizar la productividad de los sistemas agrícolas con la conservación del medio ambiente y los recursos naturales a la vez que permitir una mejora en la calidad de vida de los agricultores y los consumidores. Se deben incorporar dimensiones: a) ecológicas: conservación de los recursos, mantenimiento de su calidad y su productividad a largo plazo; b) sociales y culturales: mejora de la calidad de vida de los productores y la sociedad, satisfacción de necesidades humanas (ej. alimentación) y mejora de las necesidades culturales y sociales (seguridad, equidad, recreación, empleo, educación); y c) económicas: viabilidad económica de los emprendimientos productivos, independencia económica y financiera, eficiencia del proceso productivo. En síntesis, la

⁹ Shiva, V. "¿Qué quiere decir sustentable?", Pág. 28

¹⁰ El concepto desarrollo sustentable se define en 1981 cuando se presentó la primera "Estrategia Mundial de Conservación", realizado por la IUCN (Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza) con apoyo del Fondo Mundial para la Vida Silvestre (WWF) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

¹¹ Tommasino (2002) distingue cuatro grandes corrientes de pensamiento en torno a la sustentabilidad rural: 1. "Sustentabilidad ecológica o conservacionista"; 2. "Sustentabilidad ecológica- social limitada" (crecimiento+conservación o sustentabilidad "puente"); 3. "Críticos del crecimiento+conservación"; 4. "Críticos de la sustentabilidad" (insustentabilidad).

agricultura sustentable debe ser económicamente viable, ecológicamente adecuado y cultural y socialmente compatible.

La *producción orgánica* es uno de los varios enfoques de la agricultura sustentable. Consiste en un *sistema de producción que prescinde de cualquier sustancia artificial de síntesis química* (agroquímicos, fertilizantes, pesticidas, conservantes, aditivos) y de la *utilización de organismos genéticamente modificados* (transgénicos). Es un sistema de producción que responde a la nueva demanda de la sociedad de productos agropecuarios frescos y producidos de forma amigable con el medio ambiente que la globalización agroalimentaria coloca en los espacios rurales. La agricultura orgánica es una nueva tecnología: "Ese conjunto de conocimientos disponibles en un determinado momento es un producto social, es decir, depende del nivel de desarrollo y de las necesidades técnicas de la sociedad"¹².

La agricultura orgánica es practicada en casi todos los países del mundo, encontrándose en una etapa de plena expansión, aunque con diferencias entre los países y las regiones. Ha tenido un crecimiento sostenido, tanto en las áreas que van aumentando en los diferentes países, como también en lo que respecta a los mercados (se señala que en el período 1997-2001 la demanda mundial de estos productos ha crecido a un ritmo de aproximadamente un 100%)¹³.

SÖL – Survey, estima que en el año 2003 hay en el mundo alrededor de 23 millones de hectáreas bajo manejo orgánico. El comercio de productos orgánicos se ha transformado en un negocio importante, siendo los principales mercados los de Estados Unidos, Europa y Japón (las ventas de productos orgánicos para el año 2001 ascendieron a 9750, 9250 y 350 millones de dólares respectivamente)¹⁴.

El mercado de productos orgánicos se ha desarrollado principalmente en los países de Europa, Norte América, Australia y Oceanía. Estos países han sido el lugar de origen de la agricultura orgánica, sus gobiernos han aplicado diversas políticas específicas de promoción de este tipo de producción y sus consumidores presentan una mayor sensibilidad por la salud, el medio ambiente y los productos denominados "verdes".

En cuanto a los mercados regionales, se estima que América Latina posee aproximadamente 4.7 millones de hectáreas dedicadas a la producción orgánica. En la mayoría de los países alcanza el 0.5% del área total agrícola en la producción orgánica: casi todos los países tienen producción

¹² José Graziano da Silva, 1999, "Tecnología y Agricultura familiar". Editora de la Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil, Pág. 16.

¹³ Crecimiento 1997 – 2001: Europa, 76%; EEUU, 120%; Japón 133%. Fuente: Centro de Comercio Internacional, 2001; FAO, 2001; Biofach, 2002

¹⁴ Fuente: Centro de Comercio Internacional, 2001; FAO, 2001; Biofach, 2002

orgánica aunque el grado de desarrollo es muy variable. Argentina es el país con mayor superficie dedicada a la producción orgánica (segundo en el mundo) y Uruguay es el país latinoamericano con mayor proporción de tierras dedicadas a esta producción (noveno en el mundo). (Fuente: SÖL – Survey 2003)

En Uruguay, la producción orgánica es desarrollada por 438 productores (334 certificados y 104 sin certificar) que ocupan una superficie cercana a las 250.000 hectáreas (Predeg-GTZ, 2002).

En el año 2003, el negocio de la producción orgánica alcanza los U\$S 1.300.000 y se produce un salto en el mercado exterior ya que se estima que este mercado mueve una cifra cercana a los U\$S 4.000.000, impulsado por las exportaciones de carne, vinos, arroz, lácteos. (PREDEG- GTZ, 2003; EQUPOS MORI, 2003).

Algunas características de la producción orgánica nacional

La producción orgánica es certificada para garantizar al cliente la calidad del producto y brindar por tanto, transparencia al proceso y seguridad a las diversas partes. Las certificadoras nacionales son la Sociedad de Consumidores de Productos Biológicos (SCPB) y la Asociación Certificadora de Agricultura Ecológica (URUCERT). Para poder colocar los productos orgánicos en el mercado externo es necesaria la acreditación por parte de alguna de las dos certificadoras internacionales que trabajan en Uruguay: la empresa suiza Société Générale de Surveillance (SGS) y la empresa holandesa SKAL, ambas reconocidas por la Unidad Europea para emitir certificados de calidad.

El productor orgánico establece una relación de mercado a través de las marcas comerciales y los sellos de las certificadoras. Las mismas permiten diferenciar al producto y brindarle la garantía al consumidor de que se tratan de productos orgánicos. Además, a través de ellas se puede identificar al productor.

La producción orgánica agrícola es desarrollada por productores que manejan superficies promedio de 10 hectáreas, con un aprovechamiento relativo de entre un 30 % a un 50 % de superficie en producción orgánica (URUCERT). En algunos casos, coexisten diferentes formas de manejo del predio ya que lo comienzan a reconvertir por partes.

En general, se utiliza el trabajo familiar para llevar a cabo la producción. Muchas veces el trabajo familiar es utilizado para darle un mayor valor agregado al producto a través de por ejemplo el empaque por parte del resto de la familia. Son productores cuyo principal ingreso proviene de la producción orgánica.

En los últimos años, el producto orgánico se ha introducido en el mercado complementando la dieta de los hogares uruguayos. Si bien a un ritmo lento, ha crecido la demanda por el mismo y las perspectivas a futuro son muy alentadoras. La investigación realizada en el año 2003 por Equipos MORI concluye que la presencia de consumidores orgánicos en las zonas de nivel socioeconómico medio alto y alto de Montevideo puede estimarse en una magnitud próxima a los 20.000 hogares.

Aunque esta producción todavía sea un sistema de producción en "fase embrionaria" en relación al volumen de la agricultura convencional, el dinamismo mostrado por este sector en los últimos años (las ventas en el mercado interno crecieron un 15% en el periodo 1999-2003 y las exportaciones se ubicaron en torno a los U\$S 4.000.000) y las perspectivas de futuro "auspiciosas", denotan la importancia potencial de este sector orgánico y por ende, la necesidad de mayores estudios sobre el tema. La experiencia de la producción orgánica en el país ha sido poco estudiada por lo cual nos parece sumamente pertinente abordar esta problemática desde la Sociología.

Es necesario realizar una breve aclaración: debido al dinamismo de esta producción se verifican una serie de cambios desde el momento en que fueron realizadas las entrevistas que constituyen parte del material empírico de este trabajo. Entre los más importantes podemos destacar: 1. Fuerte expansión del área dedicada a la producción orgánica, lo cual se debe a la incorporación de nuevos rubros de producción (principalmente carne); 2. Crecimiento del número de productores; 3. Inicio de una serie de experiencias de exportación; 4. Incorporación de una serie de empresas a la producción orgánica (PARMALAT, Vinos de la Cruz, Frigorífico Tacuarembó y PUL, entre otros) dedicadas principalmente a la exportación.

En el momento de realizada la investigación, la producción orgánica era desarrollada fundamentalmente por productores familiares lo cual nos permitió introducir en el análisis la discusión sobre la consolidación de nuevos perfiles productivos y comerciales por parte de estos agentes tradicionales del agro y poder contribuir así al entendimiento de la situación de la producción familiar en el marco de las transformaciones ocurridas en la sociedad rural en las últimas décadas¹⁵.

¹⁵ Diversos autores coinciden en afirmar que es una "producción ideal" para productores familiares ya que les permite obtener una serie de ventajas en comparación a la agricultura convencional: los precios de venta de los productos son mayores; conserva y mejora sus recursos propios (suelo y agua); produce alimentos sanos para el mercado, así como para él y su familia; trabaja en un ambiente sano, sin peligro de intoxicaciones y de enfermedades ocasionadas por los agroquímicos; mantiene un empleo remunerado; "Casi todos los estudios llegan a la conclusión de que la agricultura orgánica requiere una aportación de mano de obra considerablemente mayor que las granjas convencionales. (...) Además, es posible que la diversificación de los cultivos que suele observarse en las granjas orgánicas, con sus diversos calendarios de siembra y cosecha, distribuya de manera más equitativa la demanda de mano de obra, lo que podría contribuir a la estabilización del empleo. (...) Como en todos los sistemas agrícolas, la diversidad de la producción aumenta las oportunidades de obtener ingresos y, por ejemplo en el caso de las frutas, puede aportar a la alimentación familiar minerales y vitaminas esenciales para proteger la salud. También distribuye el riesgo de pérdidas entre una gran variedad

1.2 Producción familiar

Piñeiro (2002) sostiene que **productor familiar**¹⁶ es un "término que está definido por las relaciones sociales de producción". Los dos criterios básicos para definir este sujeto social son el uso predominante de trabajo familiar en la explotación (frente al trabajo asalariado) y la propiedad o usufructo de la tierra que trabajan.

Otras características asociadas a la producción familiar que permiten distinguirla de la campesina son: a) propiedad y posibilidad de acumulación de capital patrimonial y b) vinculación a los diferentes mercados: mercado de productos agrícolas (el objetivo de la producción familiar es producir bienes agropecuarios para su venta en el mercado), mercados de insumos, de dinero (utiliza créditos), de trabajo (compra y vende fuerza de trabajo) y de tierras.

El concepto "productor familiar" engloba a un grupo heterogéneo de sujetos sociales, que si bien comparten los rasgos anteriormente mencionados, presentan una serie de diferencias entre sí. Siguiendo a Piñeiro (2002), al interior de esta categoría es posible identificar tres tipos de situaciones:

1. *Productor familiar capitalizado*: utiliza trabajo predominantemente familiar (contrata asalariados) y es capaz de generar y guardar excedentes de un ciclo agrícola para otro. Generalmente reinvierte en maquinarias y mejoras tecnológicas, lo que le permite ahorrar mano de obra y manejarse con trabajo familiar;
2. *Productor familiar propiamente dicho* (situación intermedia y más frecuente): dedica todo el trabajo familiar a la explotación de su unidad productiva. Si contrata trabajo asalariado, éste no supera el trabajo familiar. Los ingresos que obtiene no le permiten acumular capital;
3. *Productor familiar semi-asalariado*: debido a la escasa tierra que posee o a los bajos ingresos que obtiene de su actividad, debe recurrir al empleo fuera del predio para completar los ingresos.

de cultivos." ("La agricultura orgánica", presentado ante el Comité de Agricultura de la FAO (COAG), que se reunió en Roma del 25 al 29 de enero de 1999); logra una mayor estabilidad en el tiempo; es una alternativa de producción "más barata" porque no tiene que recurrir a insumos extraprediales como los agrotóxicos, sino que se basa en los recursos locales; produce un producto diferenciado que puede vender en el mercado; desarrolla formas para el comercio de la producción y llegar directamente a los consumidores.

¹⁶ Muchas veces, en la literatura se utilizan indistintamente los conceptos pequeño productor y productor familiar ¹⁶. Piñeiro (2002) advierte sobre el uso del término pequeño productor. Esta categoría hace referencia al tamaño de la explotación, definiendo a estos sujetos sociales en contraposición con los medianos y grandes productores, o sea, el pequeño productor no es ni el mediano ni el grande. El uso del término pequeño productor se enfrenta con el problema de su imprecisión: el tamaño de la explotación es una variable continua y por tanto se presenta la dificultad de establecer la discriminación entre una y otra categoría. El corte entre pequeño y mediano productor no obedece a criterios de carácter conceptual, pasando a establecer límites arbitrarios y dejando de lado características como la calidad del suelo, la inversión en el establecimiento (ej. invernáculos), el tipo de producción (extensiva o intensiva), el rubro de producción que influyen en la caracterización del "pequeño productor".

Un productor familiar (familiar capitalizado, familiar, familiar semi-asalariado) siempre está en un "equilibrio inestable", pudiendo pasar de una categoría a otra por razones que tienen que ver con el ciclo familiar, el desempeño personal, el trabajo aportado, la capacidad de gestión, la variación de los precios, los desastres naturales, entre otros. "Estos procesos se conocen como procesos de diferenciación de la producción familiar. Cuando eventualmente la capitalización de la unidad de producción familiar transforma al productor familiar en un empresario que utiliza predominantemente mano de obra familiar en un empresario que utiliza mano de obra asalariada, o en la otra punta de la escala la fuerza de trabajo familiar se ha transformado totalmente en asalariada y por lo tanto esa familia ya no es más *productora*, se dice que la unidad de producción familiar ha sufrido un proceso de descomposición, transformándose en sujetos sociales distintos (empresarios o asalariados)."¹⁷

Siguiendo a Cereceda y Barria "no es posible sostener la existencia de una racionalidad universal que oriente y explique el comportamiento económico de los diversos grupos sociales"¹⁸. Por tanto es posible afirmar que el productor familiar posee una **lógica de producción** propia, o sea una racionalidad específica, entendida ésta como la adecuación entre medios y fines. La lógica de producción de los productores familiares busca la maximización del ingreso total y la acumulación de riqueza en un ciclo productivo para poder reinvertirla en el siguiente. Esta lógica se origina en la inexistencia de la categoría salario (el trabajo empleado es fundamentalmente familiar) y consecuentemente de la ganancia y la acumulación del capital (Piñeiro, 1991).

Esta lógica, difiere de la lógica empresarial basada en la búsqueda de rentabilidad de la unidad productiva. Mientras el empresario busca maximizar su tasa de ganancia (retorno sobre el capital invertido), el productor familiar busca maximizar sus ingresos. Para este último los ingresos equivalen al valor bruto de sus ventas menos los gastos en los cuales incurrió durante el proceso productivo. Pocas veces tiene en cuenta las amortizaciones del capital invertido. Los ingresos que obtiene el productor familiar los utiliza en cubrir las necesidades del grupo familiar (vivienda, alimentación, vestimenta, salud, educación, recreación) y eventualmente para la inversión. Además de los ingresos monetarios, la producción familiar cuenta con los ingresos en especies provenientes de su actividad. (Piñeiro, 2002)

Otra diferencia entre el productor familiar y el empresario agropecuario¹⁹ es que el primero necesita producir para el mercado agrícola porque él y su familia viven de la tierra, mientras que el

¹⁷ Piñeiro, D. 2002 "La producción familiar, la generación y la adopción de tecnología".

¹⁸ Cereceda, L. - Barria, L. "Comportamiento económico y racionalidad del campesino".

¹⁹ Por empresario agropecuario entendemos aquellos sujetos sociales que se dedican a la producción agropecuaria utilizando predominantemente mano de obra asalariada y que basan su ganancia en el plusvalor que les permite obtener el empleo de trabajo asalariado.

empresario puede invertir su capital de acuerdo a las demandas del mercado. Por su parte, el empresario agrícola puede despedir aquellos trabajadores que considere excedentes en su lógica de racionalización económica, mientras que el productor familiar no puede hacer lo mismo porque los trabajadores son miembros de su familia (Romero, 1998).

En síntesis, por **productores familiares** entendemos un grupo de sujetos sociales que comparte un conjunto de características productivas y socioculturales. Son trabajadores directos de la tierra, de la cual generalmente son propietarios; utilizan trabajo principalmente familiar -al que habitualmente no se remunera en dinero y que constituye la principal fuerza de trabajo-; sus emprendimientos tienen un carácter mercantil -la producción se destina predominantemente al mercado, el resto es para el autoconsumo y muchas veces para la producción de semillas-; la producción agropecuaria es su fuente principal de ingreso; residen en el predio; movilizan un capital social y cultural diferencial.

Producción familiar en Uruguay

En Uruguay, los productores familiares han tenido históricamente un papel relevante en la producción agrícola del país. Ésta se desarrolló en las primeras décadas del siglo pasado para abastecer el continuo crecimiento y urbanización del país, principalmente de Montevideo. Alrededor de esta ciudad (mayor centro de demanda de alimentos) se fue conformando un "cinturón" de chacras que la suministraba de alimentos baratos. Lo mismo sucedió en los ejidos de pueblos y ciudades del interior. El patrón predominante de producción era la agricultura familiar (Piñeiro, 1991).

A diferencia de otros países latinoamericanos, en nuestro país la agricultura familiar fue creada por el propio desarrollo del capitalismo, teniendo estos sujetos sociales una función especial en el patrón de acumulación de la sociedad. "La agricultura familiar se desarrolló en el marco de un modelo que buscaba la seguridad alimentaria, el crecimiento económico mediante el aumento del producto, la sustitución de importaciones, creación de puestos de trabajo para crecientes sectores urbanos y una justa distribución del producto generado (Ramos 93). En este marco la función social asignada a este sector fue la de producir alimentos baratos para la creciente clase obrera urbana".²⁰ Era un sector que demostraba eficiencia y utilidad social.

En la década del 30, la expansión de la agricultura tiene un nuevo impulso bajo el modelo de ISI. Este modelo de desarrollo se propone la "agriculturización", implementando así políticas de

²⁰ Riella, A. 1993. "Agricultores familiares: ¿Agentes de transformación agraria?". Udelar. FCS. DS. Pág. 3

protección arancelaria para el mercado interno junto con importaciones subsidiadas de los insumos agrícolas y créditos baratos.

Esta política agraria culmina en la década del 70 cuando el gobierno militar logra imponer definitivamente en el país el modelo económico neoliberal, e inicia el proceso de "liberalización" del agro. Las primeras medidas específicas para el sector, tomadas en 1978, van a marcar una serie de tendencias en la política agraria posterior: procesos de desregulación y privatización del Estado y sus funciones, impulso a las exportaciones agrarias no tradicionales y cambios en el sistema impositivo (se pasa de gravar la tierra a gravar la ganancia). Estas políticas de pretendida "neutralidad" perjudican mayoritariamente a los sectores más débiles ya que los coloca en la misma situación que productores con mayor capacidad económica, quitándoles así todo tipo de protección y asistencia (Piñeiro, 1998).

Las consecuencias de la liberalización del agro no se hacen esperar. Por un lado, la misma aumenta la concentración de la propiedad, el capital y los recursos naturales. Por el otro, genera procesos de descomposición²¹ y desestructuración de la agricultura familiar y la consiguiente migración campo-ciudad en busca de trabajo (los agricultores y sus familias tienen en este contexto una nueva funcionalidad: proporcionan mano de obra a los núcleos urbanos –y rurales– aumentando la presión sobre los trabajadores empleados y favoreciendo así la disminución de los salarios reales). La literatura se refiere a una "modernización concentradora y excluyente".

Junto a la liberalización del agro es preciso tener en cuenta, el proceso de modernización del mismo, que se expandió bajo la llamada "Revolución Verde" y se consolidó con el desarrollo de los complejos agroindustriales. Este proceso de penetración del capitalismo en el agro, junto con los procesos de ajustes estructurales llevados a cabo en el marco de políticas económicas neoliberales pusieron en "descubierto" la incapacidad de muchos productores familiares de adecuarse a un nuevo contexto y a las exigencias de competitividad del mismo. Siguen vinculados a un modelo que ya no existe y por lo tanto no son eficientes, rentables, "exitosos", competitivos en el nuevo escenario económico. El productor familiar es concebido como no eficiente y con escaso poder de adaptación a las nuevas condiciones.

²¹ El proceso de descomposición de la agricultura familiar se explica fundamentalmente porque estos productores "desaparecen del campo". Pero también debe tenerse en cuenta que un pequeño grupo de agricultores familiares fueron capaces de reestructurar su predio, controlando algo más de tierra y contratando un mayor número de trabajo asalariado (que supera la mano de obra familiar) y por ende, pasan a formar parte de la categoría de empresarios agropecuarios. Si asimilamos la producción familiar a los predios inferiores a los 100 hectáreas (recordemos que la producción familiar no se define sólo por el tamaño de la explotación pero las restricciones en la información censal sólo nos permiten abordar este proceso si asimilamos la producción familiar a los predios inferiores a los 100 hectáreas) vemos que los productores familiares pasaron de 77.163 en 1970 a 36.130 en el año 2000.

Sin embargo, los productores familiares como un colectivo no sólo han sido afectados por procesos de desestructuración y desaparición, sino que muchos de ellos han tenido la capacidad de transformar en una oportunidad las condiciones –adversas para muchos– de este nuevo escenario. No son meros receptores pasivos de este contexto sino que muchos de ellos han iniciado un proceso de reconversión productiva pasando incluso a asumir nuevas funciones sociales. Su papel ya no es la producción de alimentos baratos y de baja calidad para las clases populares (como a principios del siglo pasado) sino la producción de alimentos caros y de alta calidad para los sectores de ingresos más altos por un lado, y un papel relevante en un modelo de desarrollo sustentable (agroecología, producción orgánica e integrada) por el otro.

Los agricultores familiares demostraron su capacidad de encontrar un espacio que los protege dentro del nuevo padrón de acumulación poniendo en práctica su capacidad de adaptación y su disposición al riesgo (en términos de empresa familiar), atendiendo las nuevas demandas de los mercados locales y regionales. Esta capacidad les permitió incorporar tecnologías y variedades nuevas de producción.

Riella (1993) y Romero (1998) estudian la emergencia de un nuevo tipo de agricultor familiar en el departamento de Salto- Uruguay que frente al “estímulo negativo” del nuevo escenario inicia su reconversión productiva. “La agricultura familiar resistió de varias maneras las condiciones indicadas y lo más importante es que en esa resistencia se modificó ella misma, no viniendo a ser una resistencia pasiva en el sentido de conservar su situación original”²².

La investigación es realizada en la producción hortícola de “primor” en invernáculos, producción que requiere una importante inversión por hectárea.

Para los autores, este nuevo tipo de agricultor familiar comienza a incorporar en su lógica productiva y sociocultural nuevos elementos como la gestión y la administración, la búsqueda de nuevas formas de acceso al mercado, la necesidad de mayor información y la adopción de formas no tradicionales de asociación para potenciar procesos de producción y comercialización.

Riella denomina a este nuevo agente “empresario familiar rural”. El término empresario familiar indica una nueva forma de gestión de la agricultura familiar en el nuevo escenario. El concepto empresario, en este caso, no hace referencia a las relaciones sociales de producción, sino que es utilizado para caracterizar al “individuo que administra, gestiona y toma riesgos para maximizar la rentabilidad de los recursos productivos que posee”. De esta forma, el término se adecua a

²² Romero, J. “El agricultor familiar en el proceso de modernización agraria del Uruguay: Estudio de caso en la región de Salto Grande”. Tesis de Maestría.

aquellos que poseen trabajo asalariado como a aquellos que no lo tienen ya que indica una forma de gestión.

Pero junto a la incorporación de nuevos elementos, el empresario familiar rural mantiene elementos comunes al resto de los agricultores familiares. Predomina en ellos la residencia en el predio y la dependencia de él como principal fuente de ingreso, dos de las características principales de la agricultura familiar. También hay en estos productores una fuerte tradición en la actividad: la tradicionalidad en los productores familiares no debe ser considerada un obstáculo para la innovación técnica y la disposición a emprender nuevas formas de acción y gestión en el establecimiento

En definitiva, este estudio "resalta el carácter 'híbrido' de estos agricultores que combinan rasgos de empresarios capitalistas con rasgos de agricultores familiares tradicionales".²³ Intenta desterrar la connotación "tradicionalista" que tienen la producción familiar mostrando que la misma continúa siendo socialmente eficiente y que es capaz de adaptarse a las condiciones cambiantes del medio.

En la investigación que desarrollamos se estudia la experiencia de un grupo de productores familiares que se dedican a la producción orgánica como una alternativa productiva que de rentabilidad a sus emprendimientos agrícolas. Son un tipo de productores que emergen del grupo de productores familiares en el proceso de resistencia activa a las condiciones del entorno.

Compartimos con Shiva que "la uniformidad y la diversidad no son sólo maneras de cultivar la tierra sino que son también modos de pensar y vivir" ²⁴. Por tanto, la adopción de nuevas estrategias productivas y comerciales a través de la producción orgánica genera una nueva racionalidad productiva en los agricultores familiares. En este trabajo indagaremos en los elementos que componen dicha racionalidad como una forma de aportar a la discusión sobre la adaptación y reconversión productiva de estos antiguos agentes económicos y sociales. Este proceso de gestación de una nueva racionalidad en el agricultor familiar debe ser entendido en el marco de los cambios ocurridos en el medio rural en las últimas décadas.

²³ Riella, A. 1993. "Agricultores familiares: ¿Agentes de transformación agraria?". Udelar, FCS. DS. Pág. 14

²⁴ Shiva, V. "Monocultivos y Biotecnología".

2. Lineamientos de investigación

Pregunta problema:

¿Cuál es la racionalidad de producción de los productores familiares orgánicos de APODU?

Hipótesis:

1. La producción familiar orgánica supone una racionalidad de producción específica
2. La racionalidad de los productores familiares orgánicos está vinculada:
 - ✓ a una nueva ruralidad en el contexto posterior a la década del 70
 - ✓ a la nueva función de la producción familiar agrícola
 - ✓ al posicionamiento que asumen estos productores familiares en este nuevo contexto

Objetivos:

Objetivo general

El Proyecto tiene como objetivo generar conocimiento sobre la producción familiar del Uruguay y aportar al debate de la "nueva ruralidad" a partir de la discusión de la experiencia concreta de los productores familiares orgánicos miembros de la Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay (APODU).

Objetivos específicos

- Identificar la lógica de producción de los productores familiares orgánicos de APODU
- Establecer las relaciones entre la lógica de producción de los productores familiares orgánicos de APODU y el nuevo escenario.

Variables y dimensiones

Para estudiar la *lógica de producción* de los productores familiares de APODU analizamos una serie de aspectos referidos a los fines o metas que orientan a estos productores y sobre los medios para alcanzarlos. En relación a los fines o metas²⁵ se indagó sobre *qué produce* y *por qué* la producción orgánica. En cuanto a los medios para lograr esos fines o metas se relevó *cómo producir*; *para quién produce* y *para qué produce*.

Otra interrogante es establecer cómo esta lógica de producción está vinculada al contexto en el cual surge y a las nuevas *funciones sociales* asignadas a la producción familiar agrícola.

²⁵ Dimensiones adaptadas a partir de las propuestas por Cereceda, L. - Barria, L., 1984

Diseño

El diseño de investigación refiere a la "planificación de la estrategia para alcanzar los objetivos de la investigación"²⁶. El **diseño** de esta investigación, de acuerdo a los objetivos propuestos, consiste en un diseño descriptivo, en la medida en que intentamos dar cuenta de los diferentes componentes o dimensiones más relevantes de la lógica de producción de los productores familiares orgánicos.

En esta investigación, y de acuerdo al diseño de la misma, se prioriza la validez interna y de constructo sobre la validez externa. El diseño se propuso controlar la validez interna del estudio, en el sentido de que se intentó profundizar en la situación específica de los productores familiares orgánicos de Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay, tratando de considerar las variables que pudieran dar cuenta exhaustiva del objeto planteado. Se pretendió también alcanzar la validez de constructo, procurando una clara y precisa delimitación de los conceptos teóricos fundamentales en la investigación. No se busca la validez externa o generalización de los resultados ya que no se pretende que los mismos trasciendan este caso estudiado más allá de los aportes que genere sobre la discusión de la situación de la producción familiar en el país.

El *universo de análisis* está conformado por los productores familiares orgánicos miembros de la Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay (APODU) de los departamentos de San José, Montevideo, Colonia, Canelones y Maldonado. Las *unidades de análisis* estudiadas son los productores familiares orgánicos miembros de APODU.

Tomamos a APODU porque en la asociación se encuentran nucleados y coordinados un gran número de productores familiares orgánicos del país. Esto nos permitió abarcar una mayor diversidad de situaciones, a la vez que facilitó, a la hora de realizar las entrevistas, la ubicación y el contacto con los mismos.

Para obtener una caracterización global y más completa del objeto de investigación se realizó una *triangulación metodológica entre métodos* (Cea D'Ancona, 1998), complementando las entrevistas realizadas a los actores sociales con la recolección de datos estadísticos secundarios.

Esta investigación fue desarrollada en dos etapas.

La primera, durante el Taller Central de la Licenciatura, tuvo como resultado el Informe Final "Producción orgánica: un modelo alternativo de competitividad" (2001) donde realizamos el análisis de la experiencia de los productores familiares orgánicos miembros de la Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay (APODU) a partir del estudio del tipo de competitividad

creado por ellos. En esa instancia el material empírico recabado consistió en 13 entrevistas abiertas semi-estructuradas a productores familiares orgánicos de APODU²⁷ (productores que utilizan mano de obra fundamentalmente familiar). Éste fue complementado con entrevistas a seis técnicos que trabajan con la Asociación y a otros informantes calificados con el objetivo de lograr una mejor definición del problema estudiado y de recabar información referente al mismo.

La segunda etapa, a partir de la elaboración de la Monografía Final, intentó realizar una profundización del trabajo previo centrando nuestro análisis en la lógica de producción de los productores familiares de APODU. Con este objetivo realizamos una relectura crítica de las entrevistas y un reprocesamiento de la "Encuesta a Productores Orgánicos" realizada a una muestra de 70 productores orgánicos de Canelones, Montevideo, Maldonado, Colonia y San José, por Ana Laura Casotti, Valeria Berhau y Carolina Echarte en el marco del Taller "Transformaciones agrarias y desarrollo social en el Uruguay contemporáneo" (2001-2002). El reprocesamiento nos permitió trabajar con el grupo de productores orgánicos miembros de APODU (punto 3.1) y en particular con los productores familiares²⁸ de esta Asociación (puntos 3.2 y 4).

En ambas etapas se realizó una revisión bibliográfica que nos ayudó a una mejor caracterización del fenómeno estudiado.

²⁵ Cea D'Ancona, M.A. 1998 "Metodología Cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social". Pág. 81

²⁷ Para la realización de las entrevistas a los productores orgánicos se realizó un *muestreo estratégico* o de conveniencia (Cea D' Ancona, 1998). El muestreo estratégico es pertinente para la investigación realizada puesto que en este estudio interesó profundizar en la información aportada y no su representatividad estratégica. De esta forma la selección de los productores orgánicos entrevistados no se realizó aleatoriamente sino que fueron seguidos dos criterios subjetivos: a) Heterogeneidad entre sí, con el propósito de abarcar el mayor número de experiencias. Para ello se seleccionó no más de un productor por cada sub-grupo o asociación de productores; b) Accesibilidad: se eligieron aquellos productores en donde fuera posible un desplazamiento hasta ellos y que no estuvieran muy alejados geográficamente.

Las entrevistas fueron realizadas en los establecimientos de los productores. Además de la entrevista se realizó generalmente, un recorrido "didáctico" por los establecimientos en el cual se efectuó una observación espontánea, no estructurada de los establecimientos y las producciones. Realizamos entrevistas hasta alcanzar el "punto de saturación", o sea, aquel punto a partir del cual los temas de las mismas comenzaron a repetirse y por lo tanto la realización de entrevistas adicionales no aportó información respecto a las anteriores. El análisis de las entrevistas lo realizamos utilizando la Teoría Fundamentada (Grounded Theory). La Teoría Fundamentada, "a way of thinking about and conceptualizing data" (Strauss, A. - Corbin, J. "Grounded Theory Methodology". En: Denzin, N. - Lincoln, Y. "Handbook of Qualitative Research"), es un método de análisis cualitativo conocido comúnmente como método comparativo constante.

²⁸ Consideramos productores familiares a los productores que utilizan al menos un 50% de mano de obra familiar en la producción (operación lógica entre las variables número total de personas que trabajan en la producción y número de personas familiares que trabajan en la producción).

3. Los productores familiares de APODU

3.1 Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay (APODU)

La Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay (APODU) fue creada en 1997 con el apoyo de las ONG's y de las comercializadoras.

*"La Asociación de Productores Orgánicos surge por una necesidad, porque hubo un crecimiento de productores que venían de distintas líneas, unos por porque se habían dedicado a la producción orgánica por parte de las ONG's, CEUTA, IPRU, Amigos de la Tierra, todas esas ONG's que trabajan con productores, y por otro lado había otro grupo de productores orgánicos que habían trabajado a iniciativa de una cadena de supermercados, la gente de Punto Verde que en un principio ellos hacían producción convencional y a pedido de Tienda Inglesa se volcaron a la producción orgánica y fueron certificados por una certificadora, la SCPB. Y bueno, hubo un determinado crecimiento y todos estos productores que habían sido preparados o de alguna forma que los habían volcado las ONG's a la producción orgánica. Ahí apareció una comercializadora que se vuelca a otra cadena de supermercados. Ahí aparece cierta competencia y este cierto, y determinadas irregularidades dado lo complejo que es el tema de la certificación y de quién certificaba, quién era productor orgánico o no. Ahí se resolvió un poco formar la APODU, hacer la APODU, un poco por los problemas que se venían dando en el tema de la comercialización, en los problemas que hoy seguimos teniendo que es crear un marco legal, que no hay una apropiación del término, todo ese tipo de cosas. Se vio la necesidad de crear, de formar una asociación de productores."*²⁹

Objetivos

Sus objetivos son:

- Promoción y difusión de la producción orgánica.
- Defensa y jerarquización del productor orgánico.
- Desarrollar mercados alternativos para la producción orgánica.
- Incentivar el intercambio y la comunicación entre los productores orgánicos de todo el país.
- Desarrollo de un marco legal para la producción orgánica

Importancia social y económica

En un estudio realizado por Equipos MORI³⁰ se señala que el 54% de los productores orgánicos integra algún grupo gremial, y de éstos el 17% es miembro de la Asociación de Productores Orgánicos del Uruguay. Por otro lado, en la Encuesta a Productores Orgánicos (EPO) se confirma la importancia de la participación en grupos y en particular de APODU. El 71.4% de los encuestados participa en al menos una asociación de productores (APODU, AMNRU, CNFR, Asociación de

²⁹ Entrevista realizada a productor orgánico de la directiva de APODU

³⁰ Equipos MORI "Estudio sobre Producción y Comercialización de Productos Orgánicos en el Uruguay", 2003

Productores de Alfalfa de Villa García). El **67.2%** de los productores (47 de los 70 encuestados) es miembro de APODU. Si consideramos sólo aquellos productores que participan en alguna asociación de productores este guarismo asciende al **94%**. Estas últimas cifras nos muestran la representatividad que tiene la asociación en el grupo de productores orgánicos dedicados a los rubros de granja de nuestro país, haciendo pertinente la selección de esta Asociación para la realización de nuestra investigación.

En el año 2003 APODU cuenta con aproximadamente 150 afiliados. Los productores provienen de diferentes zonas, que en orden de importancia son: Canelones, Montevideo, Colonia, San José, Maldonado, Tacuarembó, Salto y Florida.

Se financia con el aporte de los productores (pago de una cuota social) y de los directivos.

A continuación presentamos algunos datos referentes a los productores de APODU, tomados de la Encuesta a Productores Orgánicos (EPO, 2002).

La superficie total de los predios de los miembros de la Asociación es de aproximadamente 1000 hectáreas, aunque no toda está bajo las normas de producción orgánica.

Los productores manejan predios que en promedio rondan las 13 hectáreas. La superficie promedio bajo manejo orgánico es de 5.6 hectáreas. El 61.4% tiene un aprovechamiento relativo inferior al 50% de sus predios (EPO, 2002).

Tipo de producción orgánica

Los productores orgánicos de APODU se dedican a los rubros de granja. El principal rubro es la horticultura. La fruticultura se encuentra poco desarrollada siendo los principales productos el durazno y la manzana. Existen unas pocas experiencias de chacras que producen queso. En el año 2000 se incorporaron productores orgánicos de miel.

En su mayoría son productores horticolas (64.8%) y frutícolas (18%). También es importante la presencia de productos procesados (12.8%). En último lugar se ubica la producción de hierbas aromáticas (4.1%) (EPO, 2002).

Relaciones con otros actores

APODU se vincula con ONG's, certificadoras, comercializadoras, Movimiento "Uruguay Orgánico", Facultad de Agronomía, INIA y JUNAGRA en el Comité Coordinador de la Agricultura Orgánica que cuenta con el apoyo del PREDEG (MGAP) y el GTZ. Este Comité se encuentra abocado a realizar acciones en lo que se refiere al marco legal y la certificación, la asistencia técnica,

investigación y validación de tecnologías, la capacitación de los productores y técnicos y el desarrollo de mercados.

Proyectos, expectativas

Actualmente APODU se encuentra, junto con el PREDEG/GTZ, desarrollando acciones que le permitan llenar el vacío existente en el marco legal para la producción orgánica.

Está desarrollando actividades que le permitan tener información sobre los productores en actividad, su estado de situación, niveles de producción, canales de comercialización, etc.

Espera desarrollar mecanismos de financiamiento que le permitan seguir creciendo.

3.2 Los productores familiares de APODU

Como se señalara anteriormente, los dos criterios básicos para definir los agricultores familiares son el uso predominante de trabajo familiar en la explotación y la propiedad o usufructo de la tierra que trabajan. En este sentido podemos afirmar que los socios de APODU de los departamentos seleccionados son en su mayoría agricultores familiares. El 83% de los predios utiliza predominantemente mano de obra familiar para las actividades de producción³¹ (EPO, 2002). Entre los productores que entrevistamos, la mano de obra utilizada es fundamentalmente familiar. En algunos casos se contratan trabajadores ya sea en forma permanente o zafral, pero la mano de obra familiar es la base del trabajo. En cuanto a la tenencia de la tierra predominan las formas de tenencia estables: el 63.8% son propietarios, 17% arrendatarios, 17.1% usufructuarios por préstamo, 2.1% colonos (EPO, 2002).

En este apartado presentamos algunas características de los productores familiares de APODU a partir del reprocesamiento de los datos de la EPO considerando sólo aquellos productores que utilizan al menos un 50% de mano de obra familiar en las actividades de producción (39 productores).

³¹ Predios utilizan predominantemente mano de obra familiar: producción 83%; venta 57.5%; administración 55.3%; transporte 48.9%; packing 55.6%. Predios no utilizan mano de obra remunerada: producción 67.4%; venta 72.3%; administración 76.6%; transporte 68.9%; packing 82.2%. Predios utilizan mano de obra familiar no remunerada: producción 60.9%; venta 48.9%; administración 51.1%, transporte 44.4%; packing 46.7%. (EPO, 2002).

Entre los productores familiares orgánicos podemos apreciar una larga trayectoria en el campo y en la producción orgánica. El 76.9% de los encuestados ha vivido la mayor parte de su vida en el campo y el 23.1% en la ciudad. Respecto a la producción orgánica, en promedio hace 7.9 años que se dedican a esta producción (el 79.5% de los productores hace 4 años o más y el 41% hace 10 años o más) (EPO, 2002). Esta larga trayectoria en la producción orgánica ha permitido la acumulación de experiencias y conocimiento en relación a este sistema productivo lo cual favorece la capacidad de gestión de los productores.

Otra característica de estos productores orgánicos es una alta dedicación a la actividad. El 89.8% afirma que la producción orgánica es su principal actividad (el restante 10.2% en su ocupación principal es comerciante o empresario). El 94.7% tiene una ocupación secundaria, en la mayoría de los casos vinculada a la difusión de esta alternativa de producción: el 57.9% imparte cursos relacionados con la producción orgánica, el 28.9% es comerciante. En el predio, los productores realizan una amplia variedad de actividades que abarcan tareas de preparación para la producción (lombrices, humus y compost, almácigos, semillas), producción, procesamiento, supervisión y planificación y visitas guiadas.

En cuanto a los ingresos de los hogares de los productores, un 46.2% de los consultados señala que sus hogares perciben ingresos provenientes sólo de la producción orgánica mientras que un 53.8% complementa los ingresos del hogar con los provenientes de otras fuentes (salarios, pensiones y jubilaciones, otras actividades agropecuarias). El principal ingreso extrapredial es el salario: el 20.5 de los hogares recibe, además de los ingresos provenientes de la explotación orgánica, ingresos por salarios³². Este dato estaría mostrando una relativa independencia económica de la producción orgánica. Por otro lado, los productores en su mayoría no reciben financiamiento institucional (92.3%), lo cual está connotando un escaso apoyo institucional hacia el sector, tal cual lo manifiestan los productores en las entrevistas (EPO, 2002).

La producción orgánica es un sistema productivo que requiere un período de entre tres y cinco años para alcanzar el equilibrio en el ecosistema del predio, período en el cual se enfrentan los mayores riegos (plagas, fertilidad del suelo, búsqueda de nuevos insumos, etc).

Alcanzar la estabilidad es uno de los mayores desafíos de la producción y depende de las condiciones de cada predio. Los predios de los productores tienen una antigüedad promedio de 7.9 años en la producción orgánica. En su mayoría son establecimientos que, desde el punto de vista de la permanencia en el tiempo, han logrado la estabilidad: el 83% de los productores tiene 4

³² Sería interesante conocer si el ingreso extrapredial deriva de actividades vinculadas al sector primario para poder estudiar otra de las características de la nueva ruralidad: la pluriactividad de los hogares.

años o más de antigüedad en el predio (4 a 6 años: 12.8%, 7 a 9 años: 29.8%, 10 y más años: 35.9%)(EPO, 2002).

Opinión sobre APODU

Los productores familiares que entrevistamos destacan como muy importante el rol desempeñado por APODU en la promoción y difusión de la producción orgánica, la coordinación de los productores y la representación de sus intereses, la certificación y comercialización de los productos, y en la lucha por un marco normativo.

Aunque *"Ahora está mejor, anda mucho mejor porque ya nos dimos cuenta de que realmente tenemos que trabajar firme"*³³, la Asociación ha debido enfrentar varias dificultades originadas muchas veces por la propia idiosincrasia de sus miembros. Los socios están dispersos en el territorio, son todos productores que trabajan en sus chacras y que por lo tanto carecen de disponibilidad de tiempo para reunirse, organizar, armar, dirigir una asociación. Esto se materializa en la poca participación en las reuniones, la dificultad de concretar cosas y tomar decisiones por la baja participación, la falta de organización, falta de financiamiento (la cobranza de una cuota a los socios se hizo el primer año y luego no se hizo más); la responsabilidad recae en *"dos o tres héroes"* que llevan la asociación a cuestas, aprendiendo en la marcha de sus aciertos y errores como se dirige una asociación de productores.

"APODU es una asociación que la manejan productores que de pronto no tenemos mucho tiempo, porque si uno se pone a hacer todas esas cosas que son importantes, de armar, organizar, digamos la asociación, tenés que dejar de trabajar en tu casa bastante y cuanto más involucrado estés más tiempo te lleva. Es una asociación que estamos aprendiendo a ..., el oficio de dirigir una asociación de productores, no sabíamos. Ahora sabemos un poquito más pero nos falta, bastante (...) Ahora está mejor, anda mucho mejor porque ya nos dimos cuenta de que realmente tenemos que trabajar firme, no?, con el asunto".

"Yo creo que APODU tiene un efecto importante sobre todo de intercambio entre los productores, no?, de conocimiento y de eso. Y de alguna manera juega un rol muy importante en el tema de certificación, en el tema de comercialización, en el tema de hacer conocer el tema de la producción orgánica, y sobre todo como una instancia de representación ante las instituciones del Estado, que eso es importante. Lo que le falta un poco de fuerza, un poco por la mayoría de los propios productores. Por lo general son productores familiares, los productores que hacen agricultura orgánica, entonces muchas veces hay dificultades mismo para disponer de tiempo, para moverse y todo eso".

Uno de los entrevistados señaló la falta de un lineamiento político claro, y de poder de decisión, muy apegado a los dictámenes del PREDEG.

³³ Las citas de este ítem son tomadas de las entrevistas realizadas durante esta investigación a productores familiares orgánicos de APODU.

4. Racionalidad de producción de los productores familiares de APODU

Esta investigación busca responder a la pregunta cuál es la racionalidad de producción de los productores familiares de APODU. Para poder determinar esta lógica indagamos en los siguientes aspectos: qué produce, por qué la producción orgánica, cómo produce, para quién produce y para qué produce. En este apartado presentamos los resultados obtenidos durante la investigación a partir del análisis de las entrevistas que realizamos a los productores familiares orgánicos y el reprocesamiento de la Encuesta a Productores Orgánicos considerando a aquellos productores que utilizan mano de obra fundamentalmente familiar en las actividades de producción.

Para concluir vincularemos esta racionalidad de producción con el contexto en el cual surge, discutiendo cómo están presentes los elementos de la nueva ruralidad, el nuevo posicionamiento de los productores y la nueva función social de la producción familiar.

4.1 Qué producen y por qué la producción orgánica.

Como se ha señalado anteriormente los productores familiares de APODU optan por productos orgánicos con alto valor agregado por su particular proceso de producción. Una de las principales interrogantes que surgen es por qué los productores se acercan a la producción orgánica, cuáles son sus principales razones para optar por este sistema de producción.

Los motivos señalados por los productores que entrevistamos pueden ser agrupados en tres categorías: filosóficos, económicos y de salud.

En relación a los motivos filosóficos podemos señalar su identificación con el sistema de producción, la búsqueda de una alternativa que reduzca el impacto ambiental, el desarrollo de "formas de trabajo que fueran ambientalmente sanas, desde el punto de vista del entorno ambiental pero también del entorno humano" ³⁴. Se incluyen aquí las consideraciones sobre la importancia de la producción orgánica para proporcionar una mejor calidad de vida a los productores evitando el éxodo rural.

"Es una forma de defender a los productores. Una de las cosas básicas es mantener al productor y su familia en el medio rural que para él que básicamente es de las cosas más importantes que tiene que solucionar, tiene que generar la producción orgánica, que es la permanencia de la familia en el campo. No solamente la familia en el campo; la familia en su lugar. Que sea sustentable y que esa familia permanezca donde quiera estar, donde debe estar. Sobre todo si tenemos en cuenta la situación del campo porque es donde más se ha resentido la economía y donde más se vio la recesión".

³⁴ Los citos de este apartado son tomados de las entrevistas realizadas durante la investigación a los productores familiares orgánicos.

Dentro de los motivos económicos encontramos la búsqueda de un producto diferenciado con mayor valor agregado y con una mayor colocación en el mercado, que permita lograr la rentabilidad de los emprendimientos productivos. Los productores que se acercan a la producción orgánica sólo por motivos económicos son señalados como más inestables: *"los que estaban con la mentalidad de que, por el tema de vender ya casi todos fracasaron, fracasaron, o dejaron de producir o dejaron de producir orgánico"*.

Finalmente, entre los motivos vinculados a la salud encontramos por un lado, la disposición de recurrir a una alternativa de producción donde se excluya el uso de agrotóxicos a partir de problemas de intoxicaciones de alguno de los miembros de la familia o de quienes trabajan en la producción por el uso de esos productos y por el otro, la preocupación por la salud de los consumidores proporcionando alimentos de alta calidad (en cuanto al sabor, color, aroma y valor nutritivo) libres de productos químicos.

"Y empezamos a cambiar porque nos mentalizamos por problemas de intoxicaciones de aquí, sino capaz que hubiéramos seguido con la química. Nosotros nos criamos con eso, viste?, mentalizados. Yo agarré parte de lo que mi padre hacía de antes, viste?. Pero el ya agarró lo de antes y agarró la química, se acostumbró con la química, y para hacer el cambio a lo orgánico ahora le costó porque se había adaptado a eso. Y nosotros como que vimos que nos criamos con parte de las cosas orgánicas de antes, parte química, y vimos la diferencia y queremos volver, quisimos volver porque tuvimos un problema de intoxicación acá con mi señora, viste?, que ella se intoxicó con un herbicida potente, estuvo muy mal con eso, este y ahí fue que cambiamos, empezar a hacer pruebas con lo orgánico".

"En determinado momento, el clave fue cuando un día unos muchachos estaban dando matayuyos en un monte de durazno, eran 20 muchachos trabajando y teníamos 5 mochilas para dar matayuyo. Y XXX me llamó porque una llamada urgente que tenía que responder y yo dejé los muchachos solos allá por poco rato, 15 minutos, 20 minutos, poco rato. Y cuando yo fui de vuelta para allá, era justo en la punta de la chacra, vi que ellos estaban armando una guerra con las mochilas, uno mojándose al otro. Y tá, eso no podía ser porque por suerte no era un producto muy tóxico pero es un quemante, era un matayuyo y era un quemante. Allí tomamos la decisión para cambiar".

Estos motivos pueden aparecer interrelacionados entre sí, por ejemplo, un productor optó por esta alternativa:

"Por varios motivos. Uno, porque ya es insostenible la cantidad de residuos de toda la industria química que están siendo consumida por la gente, con todos los trastornos de salud. Segundo, por recuperar parte de la tierra que está siendo agotada por una explotación así indiscriminada buscando la productividad. Y para reconstruir ese equilibrio, tomando al alimento como algo que sea nutritivo, como algo que tenga una calidad diferente, una calidad superior. Y en lo económico, para buscar una forma alternativa de no caer en las leyes de este sistema donde se tiende a la masificación, a la concentración de capitales, este, a donde el intermediario es el que se lleva la parte del león".

Entre los productores que visitamos el motivo más importante es el filosófico, incluso en aquellos productores que tuvieron su primer contacto con la producción orgánica a causa de problemas de intoxicaciones. Poseer una real convicción respecto de este sistema, evita "hacer trampas" por ejemplo cuando se debe enfrentar una plaga: *"Que es muy delicado porque ante esto vos tenés*

que decidir o pierdo la producción o me paso a químico, fue lo que me pasó a mí, yo dije: no, pierdo la producción y no me paso a químico".

"Por eso, ta, y otros productores no aguantaron, viste?, a hacer esto y tuvieron que pasar a químico. Y ta, ese productor quedó afuera. Pero nosotros tratamos Eso después, yo digo que el productor debe estar muy consciente de lo que está haciendo porque ante la duda es preferible perder porque vos le vas a dar, yo si por ejemplo a la manzana le daba un químico para el gusano, muy bien, yo no perdía la parte económica mía, ta, pero a la larga estoy matando la gallina de los huevos de oro porque yo estoy enfermado al consumidor mío, que ese consumidor está comprando porque tiene problemas de salud, no puede comer con química y si yo le voy, le estoy engañando, ese consumidor nunca más, y si se llega a enterar nunca más va a confiar en la producción orgánica".

La motivación económica se ubica en un segundo plano: la rentabilidad aparece como sustento económico para lograr la continuidad de la producción. Esto no significa promover una "economía de subsistencia" pero sí un desplazamiento de objetivos: se privilegia la estabilidad en el largo plazo sobre la obtención de rendimientos máximos. La decisión de qué producir no responde por lo tanto a una lógica netamente económica de maximización de beneficios, sino que son tenidos en cuenta otros factores como el uso de los recursos naturales y la salud.

"Tendrás menos plata en el bolsillo de repente porque te va mal, porque nos metimos en esto, porque quedemos endeudados, bueno, no importa, porque se va solucionando, pero la salud por lo menos la vamos a tener. Porque la plata va y viene. Qué hacés de repente, productores que curan con química todo el mes de julio y están podridos en plata, de repente llegan a los 45, 50 años, y disfrutaron sí, pero disfrutaron la mitad de la vida?, y la otra?. Entonces no, por eso mismo, es un poco mentalizarse"

"Ahora si te digo que es bueno llegar a esto por un convencimiento de que con la otra agricultura contaminás y todo y no por los números, ir sólo por el lado de los números que es uno de los argumentos no me gusta mucho, pero eso es muy personal, o sea, se que hay gente que de pronto hay que demostrarle que es más negocio, o que es negocio hacerlo de esta manera, no creo que sea el camino más indicado porque digamos que te saltás una etapa filosófica de la cosa que creo que es importante. Y que da una cierta seguridad además, porque creo yo de pronto puede tener la tentación de hacer trampa, ya sabemos como es la viveza y todas esas cosas, y si vos con una filosofía la limpiaste ya te cuesta mucho más traicionarte de esa manera, no?".

Además de conocer los motivos por los cuales eligen producir orgánico, quisimos conocer su evaluación sobre los resultados obtenidos con la producción orgánica. Los productores que entrevistamos manifestaron estar sumamente satisfechos con el sistema productivo que utilizan, logrando resultados que sobrepasan sus expectativas iniciales. Dentro de las ventajas que perciben encontramos:

- *Calidad del producto:* a) es más sano, mejor color, mayor sabor, mejor conservación y b) *respuesta del consumidor,* comentarios que reciben por los productos: "Mucho más de lo esperado, más que nada en lo que es la respuesta del consumidor, la satisfacción del consumidor y la motivación que vuelve del consumidor a estimular la producción".
- *Económicas:* a) obtención de mejores precios en comparación con los obtenidos con la agricultura convencional. Perciben una mayor flexibilidad en la respuesta a los cambios de

precios en el mercado de productos agrícolas que les permiten que los mismos no los afecten tanto: sus costos son más tenidos en cuenta. Esto les permite obtener una mayor rentabilidad.

"Tiene, tiene muchas más posibilidades de negociación si se quiere, tenemos más posibilidades de vender y negociar el precio. Que eso no quiere decir que vayas a vender más caro, pero por ejemplo ahora, yo que sé, la lechuga hace un par de meses estaba valiendo un cajón 100 pesos que era un disparate, y ahora vale 20 pesos. Y nosotros lo que tenemos es la posibilidad de regular un poquito, no siempre, pero regular un poquito más los precios como para que esas disparadas para arriba y para abajo no"

- b) Mayor posibilidad de vender los productos. Se percibe al mercado de productos orgánicos con perspectivas de crecer *"que son poquitas las cosas de repente, emprendimientos que podés hacer hoy en día acá que tienen una perspectiva de crecer"*. c) Menores costos de producción ocasionados por un menor gasto en insumos, principalmente agroquímicos: *"Los productos químicos, eso encarecía un montón, viste?. Nosotros ahora, después que entramos en esto, pensamos los miles y miles de dólares que dejamos en productos químicos al cuete"*. d) Posibilidades de obtener apoyo técnico gratuito: *"...formamos el grupo este del Predeg, este y entonces ahí tá, nos están dando apoyo, pero si no los otros años teníamos que estarle pagando a un ingeniero, no solamente pagando al ingeniero y probando uno y perdiendo uno"*. d) Viabilización del pequeño productor:

"Y bueno, porque puede llegar a ser una producción que se realiza con menos costos, cada vez vamos descubriendo ese camino, con menos costos, con menos este, de pronto, maquinaria y todo eso también, y con mejores valores de venta, y con el volumen chico es apreciado, que estamos acostumbrados a eso, entonces tá, estamos definiendo un productor chico con pocos medios, no?, que esos hay muchos. El problema es cambiarles un poco la cabeza, no?, tratar de que se sienta responsable de su cacho de tierra que le tocó".

- Sociales: a) Intercambio y comunicación entre los productores: b) Reconocimiento en la zona como agente de transformación; el productor asume una nueva función social pasando a pelear por diversos conflictos ambientales:

"Por otro lado, hay un efecto también en el vecindario porque los vecinos al principio te miran un poco raro, entonces como que de pronto te impone a veces también una especie de acción impecable, no sólo en la agricultura sino un poco en el estar en la zona. Por lo menos me pasa a mí, yo estoy involucrado acá en varias cosas, porque me di cuenta que había que meterse en cosas, porque sino las cosas no caminan".

- c) A su vez, el productor es un agente difusor de este sistema de producción tanto en relación a los consumidores como hacia otros productores.

"El entró más porque el vecino mío de la otra quinta de allá abajo, y un día como yo necesitaba que los vecinos que estuvieran alrededor mío se convencieran para yo tener más certificada la quinta mía precisaba que los vecinos del costado fueran certificados, no hicieran convencional. Y bueno, y ahí entramos nosotros, un día, fui 2 o tres veces, les dije, les expliqué, por qué no entraban. Y fue ahí que un día por propuesta de que yo iba a empezar, estaba haciendo ya canasta, y él me decía, 'sí, pero si entro en orgánica quien le vendo?'. Entonces fue que decidí de pasar a él la parte de la feria".

- d) Mejora en la salud del productor y su familia por no consumir ni estar expuesto a los agrotóxicos:

"Porque yo era una persona expuesta, (...) Pero tuve muchos problemas, yo tuve problema de alergia desde los 15 años, viste?, tuve problemas hasta hace 7 años más o menos que empecé a tomar todo comprimido, tenía, ya me había venido ya más que alergia, asma ya tenía. Se me había complicado mucho, tomaba (quetotisteno), no podía dejar de tomar el

{quetotisteno} un día porque en seguidita me atacaba. Se me congestionaba la nariz, viste?, de noche me ahogaba, un montón de cosas, y ahora, hace 7 años nunca más, nunca más. Y eso quedó asentado en la sociedad que soy socio y la doctora me dice siempre: "eso es producto de que dejaste de dar, de estar, de consumir con química y estar expuesto".

- Ecológicas: desde el punto de vista de los suelos,

".... en vez de ir de más a menos como en la agricultura convencional, si trabajás bien vas de menos a más. A medida que pasan los años en vez de ser más difícil es más fácil, cosa que en la convencional nada que ver, por lo general, hay productores convencionales que trabajan bien y no tienen tanto ese problema, pero tienen problemas serios, el tema de los suelos, erosión".

- Nueva actitud del productor familiar: a) Mayor gratificación en cuanto a la diversidad de actividades y a la creatividad que se desarrolla, por ejemplo al experimentar con sistemas nuevos: *"es como una responsabilidad el ser creativo, por ejemplo ahora estoy experimentando en un sistema nuevo de plantar zanahorias con papel secante y pergaminado para ganarle a los yuyos, porque el tema de las malezas es uno de los más bravos".* Es por lo tanto menos rutinaria que la producción convencional

"Lo que veo que los productores convencionales se hace muy pesada la vida mismo, no?, están todo el año, por ejemplo el que planta boniato o está en el almácigo de boniato, o plantando boniato, o cosechando boniato, o repartiendo boniato, termina el año con cara de boniato y empieza el año siguiente igual".

- b) Vinculado al punto anterior, mayor independencia del técnico: *"...en la agricultura orgánica vos de repente no aplicás tanta receta como en la convencional, en la convencional el técnico es como el médico que viene y dice eche tanto de tal cosa y tanto de tal otra, acá no es así".* Esto marca una relación con el conocimiento radicalmente diferente a la de los productores familiares tradicionales ya que en este caso el productor tiene competencia propia y no aplica "recetas".

" (...)sobre todo apertura de decir bueno estoy esperando, lo hago distinto, y no es solamente que no voy a usar agrotóxicos sino que bueno tengo que cambiar mi sistema de planificación, tengo que cortar un poco, tengo que tratar de ser más autónomo, no depender tanto de lo que me diga el técnico o de lo que me diga la agropecuaria o dónde voy a comprar los remedios, empezar a saber más de lo que pasa y aprender de la experiencia, arriesgarse a cambiar el sistema de comercialización, porque a lo que están esclavizados la mayoría de los horticultores, sobre todo fuera de Montevideo, es a que pase un camionero y le levante la producción, después venga y le deje la liquidación".

En cuanto a la evaluación de la situación actual de sus emprendimientos, en general los productores coinciden en señalar que *"... estamos bien, creo que estamos bien encaminados"*, utilizando la palabra "equilibrio" para definir su situación desde el punto de vista financiero y del ecosistema de sus chacras.

Aquellos productores que anteriormente producían convencional afirman encontrarse en una mejor situación financiera y ambiental. Esta comparación es subjetiva y se pueden señalar como indicadores manejados por los propios productores:

- *en cuanto a la situación financiera:* la mayor colocación de los productos, el mayor precio obtenido (principalmente por la eliminación de intermediarios en el sistema de canastas y la Feria del Parque Rodó), el menor gasto en insumos
- *en relación al medio ambiente:* menor erosión del suelo y contaminación del ecosistema.

Más allá de las ventajas encontradas, los productores orgánicos deben enfrentar una serie de dificultades. Las principales dificultades destacadas por los entrevistados son de diversa índole:

- *económica:* tener suficiente capital para poder invertir, asumir los costos de la reconversión: *"Entonces conseguir ingresos para volver a plantar, invertir, semillas, combustible, todas las cosas te cuesta mucho"*.
- *logística:* fletes, problemas de comercialización: *"El tema de fletes, muchas veces, más que nada por lo que es los abonos"*. Sumado a esto, la dificultad de formar grupos de consumidores que permitan ahorrar en transporte:

"Implementamos un sistema de comercialización donde si la gente se organizaba salía más barato, si había que llevarle a cada uno a la casa salía un poco más caro, porque el costo de intermediación es real, una cosa es si yo voy a un lugar y dejo verdura para 20 familias y las 20 familias la van a buscar ahí, y otra cosa es si yo llevo verdura a 20 familias diferentes, los costos de transporte, de tiempo de todo. Pero han pasado como 200 clientes y no logramos que se junten, a lo sumo se juntan 2 porque son parientes, incluso hasta en las cooperativas de vivienda no lográs eso".

- *técnica:* escaso conocimiento de variedades de plantas, falta de insecticidas y fertilizantes orgánicos, muy poca investigación (en muchos casos se debe hacer en la propia chacra asumiendo por tanto los riesgos de la misma), pocos técnicos formados en el tema. *"O sea la investigación nuestra es a nivel de cada uno"*.
- *organizativa:* formar un equipo de trabajo *"que esté bien integrado"*, planificación de cultivos, problemas con los trabajadores que en su mayoría vienen de la producción convencional y deben adaptarse a un sistema de producción diferente

"Problemas en la parte de la comercialización como te dije antes, un poco porque generalmente cuando se produce uno no, de la manera habitual, uno planta lo que le parece, tal y cual, y después hacés cosecha y bueno, vas a otro producto, pero lo que te decía antes, el tener siempre de 3, 4, 5 artículos, eso es un problema bastante grande, no?, que tenés que recurrir de pronto a cultivos protegidos, y no sólo en invierno, de pronto el clima acá es muy loco, y eso es un desafío permanente, no?, está todo muy alborotado el clima. Así que eso te obliga a pensar mucho, es un buen desafío además, te digo, porque te, no es aquello de plantar y estar ahí, no, hay que pensar bastante".

"Pensar en el sentido de calcular, de ver los tiempos de las cosas, de cómo está viniendo, cuándo tenés que empezar a hacer un almácigo, lo que tenés, estás calculando de pronto que el tiempo no te favorece en ese momento y que podés tener una falta de producción y eso no lo podés hacer, o sea, perjudicás al vendedor, y en eso nosotros somos muy colaboradores. Esto no funciona como el mercado tradicional que, en el cual prácticamente no hay ninguna responsabilidad, uno lleva lo que tiene y vende, no vende, aquí tenés que estar muy sincronizado con el comercializador".

Una solución a este problema es la compra o el intercambio de productos con otros productores:

"Porque yo ahora estoy comprando a otros productores muchas cosas, pero mucha puedo tener acá, lo que pasa que no podés tener, es bravo, tener en la misma quinta, organizarte con 20, 30 productos, no podés, te enloquecés, te enloquecés, porque tenés que tener todo un popurri viste?, tenés que tener todo calculado que bueno, cada 15 días tenés que plantar zapallito, cada 20 días tenés que plantar maíz, todo así, y hasta tal fecha, ahí tenés que cambiar de variedad, tenés que llevar un control que, viste?, es bravísimo, por eso es muy bravo arreglarse, por eso es mejor entre varios productores sí, porque uno se dedica a una cosa, otro se dedica a otra, tener todo todo para sí es bravo, es muy bravo".

- *institucional:* el papel del Estado en el área es sumamente cuestionado por los productores orgánicos. Se considera que existe un profundo desconocimiento y desamparo del sector que se expresa fundamentalmente en el vacío legal existente y en problemas tan concretos como la importación de insecticidas orgánicos. Los productores desean que el Estado tenga un rol más activo en el desarrollo de la producción orgánica reclamando su apoyo en relación a actividades no sólo de tipo normativas sino también de investigación (de variedades de productos, plaguicidas e insumos orgánicos), asesoramiento, desarrollo de mercados, etcétera.

"O sea, que hay, el Ministerio tendría que decir vamos a apoyar fuerte a lo orgánico, a traer, qué es lo que hay?, ta el productor tiene dificultad, por ejemplo en manzana, bueno, vamos a traer algún producto, un virus que se adapte acá, tratar y probar", "Lo que sí pedimos y pido y seguiremos pidiendo es apoyo del Estado en promocionar la producción orgánica del Uruguay. Y tampoco la tenemos".

4.2 Cómo producen

Respecto a cómo producen los productores familiares orgánicos de APODU indagamos sobre tres aspectos: participación en grupos, asistencia técnica y certificación.

i) Una característica de los productores orgánicos es su disposición a la *participación y formación de grupos*. La participación en grupos es una constante en todos los productores porque como señala un productor que entrevistamos *"Me parece que solo no se puede"*. En los diferentes grupos, se realizan tareas diversas: producción, intercambio de productos, comercialización, préstamos de herramientas, asesoramiento, intercambio de experiencias, intercambio de semillas, difusión de la producción orgánica, obtener financiamiento institucional. *".....hacemos intercambio con ellos, bueno, de repente ellos no tienen fruta, bueno yo les doy fruta, ellos me dan acelga o cosas que yo no tenga en ese momento, viste?, entonces hacemos trueque. Para mantener más variedad"*

Estas actividades se desarrollan tanto al interior de los grupos como también entre ellos. La proximidad geográfica y el pequeño número de productores facilita el contacto y la relación entre ellos: *"Todos, estamos casi todos vinculados. Y eso es la ventaja que tiene esto por ahora, tenemos la producción orgánica, que los productores nos estamos conociendo todos"*.

A su vez, estos grupos posibilitan la creación y consolidación del capital social propio de los productores familiares orgánicos. Además de capital patrimonial, los productores poseen capital

social y capital cultural, que juntos conforman el volumen global del capital entendido éste como el "conjunto de recursos y poderes efectivamente utilizables".³⁵

En este sentido, la participación en grupos permite a los productores familiares aumentar el volumen de capital social que poseen: cuentan con una red de confianza mutua, de compromisos, estructuras de solidaridad, vínculos de reciprocidad. Los productores establecen un conjunto de relaciones con individuos y grupos en el ámbito local: cooperativa local, comercios, sucursal local del banco, técnicos que los asesoran, políticos locales, servicios de salud y educación; que deben ser vistos como recursos de los cuales puede disponer. El capital social les permite a los productores promover una mejor utilización de sus recursos económicos y lograr objetivos que de otra manera no serían alcanzados (Abramovay, 2000). Por ejemplo, el capital social puede aparecer como una "garantía" al pedir un préstamo en el Banco. Este capital social es más fuerte en la medida en que permite ampliar el círculo de relaciones sociales de aquellos que participan en su construcción.

También los grupos permiten transmitir un determinado capital cultural, o sea aquellos conocimientos y prácticas culturales que el productor familiar adquiere ya sea en la escuela o por herencia familiar, y que en este caso consisten en los conocimientos específicos de producción y gestión administrativa, sobre los mercados, el know how del agricultor, entre otros.

Por lo tanto, la participación en grupos es un elemento importante para el desarrollo de la actividad de los productores familiares orgánicos de APODU. Este punto se verifica en los resultados de la encuesta donde se constata que en su totalidad participan de grupos en lo que se realizan diferentes tareas. El 87.2% de los productores participa de grupos que tienen como objetivo comercializar, el 79.5% asistencia técnica y el 61.5% la compra de insumos. Un 28.2% produce en forma de cooperativa o asociación (EPO, 2002).

ii) Es alto el porcentaje de productores que reciben asistencia técnica (89.5%), fundamentalmente de técnicos del PREDEG-GTZ (74.4%) (EPO, 2002). El asesoramiento técnico es un elemento muy importante principalmente en las primeras etapas de la producción.

"Todo productor que pasa de lo convencional a lo orgánico tenés que tener un técnico porque si venís mentalizado con una cosa de química tenés que tratar de empezar a hacer pruebas, recuperar los suelos, y bueno, nosotros entramos en eso con un técnico, y tenemos técnico nosotros estamos en un grupo ahora de productores".

³⁵ Bourdieu, P. 1998 "La distinción. Criterio y bases sociales del gusto". Pág. 113. Ed. Taurus

El asesor técnico actúa como difusor tanto del componente ideológico como productivo de este sistema. Si bien es un referente constante, la experiencia acumulada a través de los años en la producción, permite una mayor independencia del mismo.

"De todas maneras nosotros más o menos ya con todos los años que hace que estamos trabajando nos revolvemos bastante bien. No es que 'ah nosotros somos técnicos' pero en realidad no es para nosotros una cosa imprescindible el técnico, no?. Es importante y sobre todo porque arman un grupo, entonces el grupo te posibilita a ver como trabajan otros, con el técnico tenés la posibilidad de analizar lo que pasa en otros emprendimientos. Pero tá es por ahí".

El asesoramiento técnico es proporcionado por privados, ONG's y por el PREDEG – GTZ. El intercambio de experiencias entre los propios productores, la visita de las diferentes chacras, el contacto permanente, es considerado también como un factor altamente positivo de "asesoramiento" intragrupo. La consulta al resto de los productores orgánicos es importante también a la hora de iniciar la producción orgánica: "Y ahí hicimos también los primeros pasos, buscar gente que esté también con la misma idea de nosotros y a su vez buscar también apoyos de otros productores que también estaban produciendo en esta forma y con ONG's que estaban también apoyando la producción orgánica".

iii) Finalmente en relación a la certificación observamos que el 87.2% de los productores orgánicos certifica su producción siendo el sello más utilizado el de URUCERT (el 82.4% de los productores certificados posee este sello).

Por su parte, los productos de los productores que entrevistamos están todos certificados o en proceso de certificación, y en algunos casos por ambas certificadoras. El sello más usado es el de URUCERT, incluso cuando se posee también el de la SCPB.

La certificación es un "requisito" para el acceso al mercado por canales de venta no directa, y salvo exigencia del consumidor, el sello generalmente no se presenta en la canasta a domicilio o en la Feria del Parque Rodó.

"Sí, nosotros estamos certificados por URUCERT. La verdad que, pero sellos usamos poquito porque lo que va con sello es lo que va al supermercado, después lo que va por la canasta, por la feria, eso va sin sello. Si alguien quiere, reclama que estén certificados, estamos certificados, porque es una garantía más, pero nosotros queremos estar certificados para apoyar el sistema de certificación y porque también para nosotros hay algunos mercados que nos exigen esos certificados. Pero tratamos en lo posible de tener un vínculo lo más directo que se pueda con el consumidor. Pensamos que ahí realmente está la garantía de que eso que te decía, ¿verdad?"

Los productores señalan el mal uso que se le da a términos como "natural", generando mayor confusión en los consumidores.

"Yo por ejemplo he visto una publicidad en el Prado, que a mí me da no sé qué porque a la gente de campo yo la respeto a toda, además con lo mal que están cómo vas a tocarlos, no?,

pero de pronto crean confusión porque decían 'reporto domiciliario de productos naturales, este, va a ver qué sabor', pero no tienen ni certificación ni nada. Natural porque se les ocurre decir que vienen de la tierra, yo qué sé, son palabras muy. Tenemos que aclarar bien el asunto, qué es cada cosa".

".....estamos luchando mucho para un marco legal para la producción orgánica. Cualquier persona está usando la palabra ecológica o biológica. Hasta cosas que tienen nada que ver. Yo lo vi acá, tiene nada que ver, ese es abusar el nombre como marketing para tener un mejor marketing para la marca que tiene, ese es fraudulento para nosotros porque...."

Por lo tanto, la importancia de consolidar un marco regulatorio reside no sólo en brindar garantías a los consumidores, sino también en que con el mismo se estarían protegiendo denominaciones que permiten diferenciar a los productos obtenidos bajo manejo orgánico de otros.

"Nosotros estamos luchando, que nosotros no tendríamos, todavía es un tema que precisamos muchos más productores, es que nosotros estamos certificando y tenemos un costos sobre esa certificación, entonces nosotros queremos armar algo para presentarle al Ministerio, por qué nosotros tenemos que certificar si nosotros estamos cuidando al medio ambiente, estamos ofreciendo algo natural?, nosotros no tendríamos que certificar, el que tendría que certificar sería el productor convencional, que le pusiera en su producto, va una manzana al mercado o a un puesto que diga con qué está tratado ese producto, porque si tu vas y comprás un aceite, o una miel, o un dulce, te dice tiene conservantes número tanto, aditivos, todos los ingredientes, por qué la fruta y la verdura no lo ponen?; porque si le ponen no lo va a comer nadie."

4.3 Para quién producen

El destino de la producción es fundamentalmente mercantil. Los productos llegan al consumidor a través de diversos canales comerciales: venta en la chacra, venta a minoristas, comercializadoras, Feria Parque Rodó, reparto de canastas a domicilio, intercambio con otros productores.

La forma de comercialización de la producción es mayoritariamente a través de grupos y cooperativas, sólo un 15.4% comercializa en forma individual, el resto de los productores utiliza los diferentes grupos para la comercialización total (61.6%) o parcial de su producción (23.1%) (EPO, 2002).

En cuanto a las alternativas de comercialización para la colocación de los productos orgánicos podemos ver que los canales de venta no directa (supermercados, comercializadoras, otros agentes minoristas) son utilizados por el 87.2% de los encuestados. Por otra parte los canales de venta directa (canastas, ferias, chacra) son utilizados por el 51.3% de los productores. Un 12.8% de los productores utiliza sólo canales de venta directa mientras que en su mayoría combinan las diferentes alternativas que les permiten llegar a los consumidores (EPO, 2002).

Utilización de canales de venta directa y de venta no directa (en porcentaje)

		Venta directa		Total
		Si	No	
Venta no directa	Si	38.5	48.7	87.2
	No	12.8		12.8
Total		51.3	48.7	100.0

Fuente: EPO, 2002

El 71.1% de los productores tienen como *principal* canal de comercialización alguna de las alternativas de venta no directa ya que les permiten colocar mayores volúmenes y el restante 29.9% utiliza canales de venta directa. El canal principal de comercialización utilizado es la comercializadora (39.5%), seguido por el supermercado (18.4%), las ferias (15.4%) y las canastas (10.3%). En muchos casos la comercializadora actúa como intermediario entre el productor o grupo de productores y el supermercado (EPO, 2002).

Respecto al canal de comercialización que consideran "ideal" esta relación se invierte, pasando a predominar las alternativas que permiten el contacto directo con el consumidor (56.3%) sobre los canales de venta no directa (41%). Las opciones de venta directa consignan las mayores menciones: canastas (30.8%), feria (17.9%) y venta en la propia chacra (7.7%). El supermercado, al igual que la comercializadora, fueron señaladas por el 17.9% de los encuestados (EPO, 2002).

Según sea el canal de comercialización utilizado por los productores orgánicos (venta directa o venta no directa), éstos presentan diferentes percepciones en cuanto a su capacidad de fijación de los precios, la forma de pago, la exigencia de regularidad y calidad de la producción. Los productores que tienen como canal de comercialización principal alguna de las alternativas de venta directa consideran que tienen una mayor incidencia en la fijación del precio del producto (63.6%) así como del precio final del mismo (72.7%). Para los productores que utilizan principalmente alguna de las formas de venta no directa estos guarismos ascienden a 44.4% y 14.8% respectivamente. Esta percepción sobre la capacidad de incidir en el precio del producto va a mostrar un acuerdo diferencial con el precio final del mismo: mientras el 90.9% de aquellos que entablan un contacto directo con el consumidor manifiestan acuerdo con el precio de venta, sólo el 25.9% de los que utilizan intermediarios están de acuerdo con el precio final. Los productores cuyo canal de comercialización principal es a través de venta directa, además de visualizar su mayor incidencia en los precios, consideran en mayor porcentaje que pueden definir la forma de pago en el canal principal (72.7% frente a 51.9% en los de venta no directa) (EPO, 2002).

En cuanto a las exigencias de regularidad de producción, diversidad de rubros y alta calidad de los productos para poder vender en el canal de comercialización más utilizado no se encuentran diferencias significativas entre quienes optan por la venta directa o la venta no directa. Los productores muestran un acuerdo en cuanto a las exigencias que deben enfrentar en estos tres ítem (al menos el 85% está de acuerdo con estas afirmaciones).

Por otro lado, los productores que utilizan canales de venta no directa manifiestan en mayor número la necesidad de contar con la certificación de sus productos (78.1%) y de alcanzar elevados estándares de presentación (65.6%) para la comercialización en relación a los productores que tiene como principal canal una de las alternativas de venta directa (50% y 28.6% respectivamente) (EPO, 2002).

Los productores entrevistados en esta investigación también privilegian los canales alternativos como son el sistema de canastas a domicilio y la Feria del Parque Rodó, porque permiten establecer un vínculo directo productor o grupo de productor con el consumidor, logrando así una mayor comunicación y fidelización del mismo. *"...es muy importante por qué lados estás comercializando. Nosotros tratamos de comercializar la mayor parte en parte directa, una venta directa productor o grupo productor al consumidor".*

Otro factor importante que incide en esta opción es la percepción que tienen los productores del funcionamiento de los canales tradicionales. Se considera que los mismos actúan en desmedro de los productores, que a través de ellos se obtienen precios inferiores por sus productos siendo el intermediario quien se queda con una mayor ganancia.

"Para dar un ejemplo muy claro, muy claro. Ahora yo puede vender lechuga a un intermediario que entra con esta lechuga al Disco y me paga 3 pesos o 3 pesos 50. Esta misma lechuga yo hago 6 pesos en la feria, yo hago 5 pesos en la canasta. Así son 2 pesos más, un casi 100 % en la feria. Y si es acá particular también estamos haciendo 5. 5.50. Tá, depende un poco de qué persona. Es mucha plata, es mucha diferencia. (...) El supermercado, mirá nosotros le vendemos a, tomá un precio redondo, 3 pesos. 3 pesos es maia para calcular porque yo soy un burro en calcular, no?. 3 pesos. Se sabe que el intermediario lleva un 30% más o menos. 30% de 3 pesos es 1 peso. Ah, está bien el ejemplo. Así ya estamos en 4 pesos. Después el supermercado recarga 45%. Ahí fui a la mierda ahora con los números. 45%, tomá 50% de 4 son 2 pesos. Así ya son 6 pesos. Y yo tenía 3 pesos y al final son..., claro 45 de 30 son 75 pesos".

Se señala que la producción orgánica es un sistema alternativo de producción por lo tanto, para consolidarse como tal, requiere la formación de sistemas alternativos de llegar al consumidor final donde se eliminen los intermediarios tradicionales y se obtenga por lo tanto una mayor rentabilidad y donde se pueda establecer un contacto más directo con el consumidor: *"porque si se repite el esquema de comercialización, digo, lo orgánico una agricultura sin veneno pero de alternativa no tiene, no tiene mucho".*

Con los canales alternativos "Siento que estoy liberado de la especulación por la forma de comercializar", se realiza una transacción en forma directa e inmediata con el comprador sin intermediarios, se posee un mayor control sobre el proceso de transacción (desaparece la figura del camión que pasa a buscar los productos y que vuelve luego con un volumen de venta y un precio inciertos), se utilizan criterios propios para clasificar los productos (por ejemplo los supermercados fijan determinadas pautas de calidad para poder ingresar), se obtiene el pago del producto en el momento, se fijan precios inferiores que benefician tanto al productor como al consumidor, se ofrece un producto fresco, se puede planificar la producción en base a por ejemplo el número de canastas que deben realizarse.

"Y justo nosotros tratamos siempre en la feria por ejemplo, estamos abajo del precio del supermercado. A su vez también el producto fresco. Por ejemplo las cosas que nosotros llevamos a la canasta y a la feria, eso se corta, depende de qué, pero justo la lechuga, la acelga, la noche anterior. Y tá, la gente lo recibe fresquito, fresquito, no? esta mercadería. Y aprecian eso, no?, la clientela aprecia mucho eso. Y es muy importante si tenés estas alternativas de comercialización, ahí sí me parece que es un, que podés sacar una rentabilidad bastante importante".

"Y es muy importante la canasta u otra vía, la canasta, la feria que tenemos también, una venta más particular acá que nosotros tenemos directamente de acá al cliente, al cliente que viene a comprar. Porque ahí no hay intermediarios".

En síntesis, los productores se inclinan por canales comerciales en los cuales poseen un mayor control frente a la incertidumbre de precio, fecha de pago, exigencias de calidad, y planificación de cantidades. Por otro lado, el sistema producción requiere una gestión compleja por parte del productor, en el sentido que debe planificar la producción (para disponer de una variedad de rubros) y en el caso de las canastas planificar su distribución en las diferentes zonas. El productor asume entonces un papel proactivo en todo el proceso productivo y comercial lo cual lo diferencia claramente del resto de los productores familiares.

La constitución de nuevos canales comerciales es un factor fundamental para comprender a la producción orgánica como un modelo alternativo de competitividad. Es también un elemento clave para poder explicar la viabilidad económica y los márgenes de rentabilidad que poseen en la actualidad los productores familiares orgánicos.

4.4 Para qué producen

Un elemento importante que surge de las entrevistas que realizamos es que los productores proyectan continuar realizando inversiones en sus emprendimientos mediante por ejemplo, el aumento de la superficie cultivada, la incorporación de nuevos rubros a la producción, compra de maquinaria o vehículos, riego, invernáculos, e incluso mediante la realización de experiencias de

exportación de productos de contraestación a Europa. Esta actitud señala la inclinación por parte de los productores a asumir riesgo en la medida que privilegian parte de los ingresos obtenidos en la producción para la realización de inversiones en el predio. A su vez está indicando la disposición de los productores de continuar con la producción orgánica diversificando la producción y buscando nuevos mercados (internos y externos) para sus productos.

"Los proyectos es poder incursionar más en el tema de mejoramiento de tierras por abonos verdes, manejo de praderas, de rastrojos. Por ejemplo el rastrojo es cuando se cosecha el maíz poder romper la caña de maíz, enterrarla. Ampliar los rubros frutales, por ejemplo, quiero plantar viña, algunas líneas de viña, tener más citrus, mejorar la parte de apiario que la tengo un poco, como hice el curso recién hace un año y medio, un poco las abejas han ido aprendiendo conmigo a costo de ellas. Y poder llegar en algún momento sí a mejorar el vehículo quizás, una camioneta".

"Por supuesto estamos muy metidos en la producción orgánica. Vamos a luchar para seguir adentro, no sólo acá pero también de alguna otra forma tratar de apoyar el movimiento de la producción orgánica en el país. Nosotros personalmente acá estamos pensando de algunos proyectos de exportación, pequeñas cantidades, no grandes cosas".

"Bueno, la idea es por un lado, nosotros ahora tenemos varias, desde el punto de vista comercial tenemos algunas puntas abiertas para ampliar el mercado de la verdura orgánica pero manejado por nosotros como grupo, o sea por esta chacra con las otras. Estamos en conversaciones con la Asociación de Diabéticos, por otro lado tenemos algunos contactos con algunos restaurantes más o menos importantes, y ahora estamos en una etapa de planificar en conjunto para lograr tener una continuidad de oferta que es lo que falta en la producción orgánica, en cuanto a la diversidad de oferta y a los volúmenes, no?. Nosotros en particular acá estamos tratando ahora de llegar a los 2 hectáreas de producción y probablemente el año que viene aumentar esa área, aumentar un poco que no tenemos casi nada de área bajo cobertura o sea de invernáculo, vamos a hacer algo de invernáculo, pero también tenemos proyectado, que no sabemos si vamos a poder empezar este verano, empezar a hacer algo de industrialización, no?. Ahí estamos viendo cuáles son las posibilidades, de repente ahora empezamos haciendo la clásica salsa de tomate pero después pensando en alguna otra cosa".

"Empezar a trabajar el tema de deshidratación y cosas así. Pero ahí ya tenemos que mejorar las instalaciones, pero tá, es una idea que tenemos. También agrandar un poco el tema de la producción de huevos que tenemos alguna gallina ahí, también esa parte agrandarla un poco".

4.5 Síntesis

En la presente investigación nos centramos en el estudio de la racionalidad de producción de los productores familiares orgánicos de APODU, estudiando qué producen, por qué, cómo, para quién y para qué.

La información recabada nos permitió observar que la decisión de **qué producir** se orienta a generar un producto diferenciado por su calidad y su relación con el medio ambiente atendiendo así a la demanda que recae sobre los espacios rurales (alimentos de calidad, preservación del medio ambiente, conservación de los ecosistemas, mejora del paisaje). En este sentido, los productores familiares orgánicos son agentes de una nueva ruralidad; ellos desarrollan alternativas

productivas que conservan el medio ambiente y los recursos naturales a la vez que permiten una mejora en la calidad de vida de los agricultores y los consumidores.

Relacionado a este punto, la respuesta a **por qué** la producción orgánica, nos permite concluir que son tenidos en cuenta una diversidad de factores filosóficos, económicos y de salud, interrelacionados entre sí. En primer lugar son ubicados los elementos "filosóficos". Los productores son conscientes de que la agricultura orgánica obedece a principios y es muy estricta en cuanto a sus normas de producción, y deliberadamente hacen suya esta filosofía. Como se ha señalado anteriormente los componentes filosóficos son los que generan cierta "vigilancia" y evitan por ejemplo utilizar agrotóxicos cuando se enfrenta una plaga. Los productores privilegian la estabilidad en el largo plazo por sobre la obtención de rendimientos máximos. En este sentido, no presentan una lógica netamente económica de maximización de los beneficios sino que se incorporan otros elementos como la preservación del medio ambiente y el cuidado salud de los productores y consumidores.

La elección de este sistema de producción es confirmada por la evaluación positiva que realizan de su experiencia como productores orgánicos. Como se ha observado la producción no sólo les reporta beneficios económicos sino también beneficios en relación a la calidad de los productos, sociales, ecológicos y a la nueva actitud que asumen.

Al analizar **cómo producen** pudimos observar que recurren a una matriz productiva menos entrópica practicando el cuidado del medio ambiente. Para ello utilizan mano de obra predominantemente familiar en las diferentes etapas del proceso (producción, venta, administración, transporte, packing). La recepción de los pedidos y los repartos domiciliarios por lo general son hechos por algún familiar de los productores, la preparación de la mercadería que antes se hacía en el Mercado Modelo o en otra empresa, se hace en los predios. Se busca que el valor agregado de lo orgánico se quede en el predio o el grupo, incorporando a los miembros de la familia a la actividad productiva.

A diferencia de los productores convencionales, encontramos en los productores familiares orgánicos una alta disposición a integrar grupos; todos participan de algún grupo con el objetivo de producir, comercializar, comprar semillas, compartir maquinaria, intercambiar experiencias y/o recibir asesoramiento técnico. Sin duda los grupos son un elemento importante para los productores familiares orgánicos no sólo por las facilidades que les proporcionan para sus actividades sino también porque en ellos se consolida el capital social que se ha generado -un capital social diferenciador y sustancial en la formación de estos agentes sociales- y se transmite su capital cultural.

Otros dos elementos importantes que estudiamos son el asesoramiento técnico y la certificación. Pudimos observar que en su mayoría reciben asesoramiento técnico de privados, ONG's, PREDEG-

GTZ. También los grupos son señalados como una especie de asesoramiento interno en la medida que en ellos se intercambian experiencias. Respecto a la certificación, sus productos poseen los sellos de la SCPB y URUCERT, y uno de los reclamos de los productores es la consolidación de un marco legal para la producción orgánica que permita diferenciar sus productos del resto y que proporcione garantías a los consumidores.

En cuanto a **para quién** producen vimos que la producción es destinada fundamentalmente al mercado. Pero a un segmento particular del mercado: está destinado a aquel sector que demanda productos de calidad (libres de agrotóxicos y producidos bajo normas que generan menor impacto ambiental) y que están dispuestos a pagar un sobreprecio por ellos. Los productores familiares orgánicos desempeñan así una nueva función social: proporcionan alimentos de calidad mediante prácticas "amigables" con el medio ambiente.

Como pudimos apreciar, uno de los elementos característicos de la producción orgánica es la búsqueda de canales de comercialización alternativos que permitan acercar al productor y al consumidor. Los productores familiares de APODU consideran que los canales ideales son los que cumplen con este requisito entre otros. En este sentido, han aunado esfuerzos para desarrollar y consolidar la venta en la Feria del Parque Rodó y el sistema de reparto a domicilio con las canastas, además de la venta en la propia chacra. Si bien en su mayoría tienen como principal canal de comercialización alguna de las alternativas de venta no directa (supermercado, comercializadoras, otros minoristas), más de la mitad de los productores utilizan un canal de venta directa (canales, ferias, chacras) para la venta de una parte o la totalidad de su producción.

En el caso de la producción orgánica, el productor se debe capacitar más en cuestiones de mercado (precios, estándares de calidad, etc) y de desarrollo de canales de comercialización. A diferencia del productor convencional que entregaba sus productos a un comisionista sin contacto alguno con el consumidor final, el productor familiar orgánico asume un papel proactivo en el sentido de que debe planificar la producción y su distribución a la vez que puede tener un permanente feedback con los consumidores.

En lo que se refiere a la cuestión **para qué** produce, en las entrevistas que realizamos los productores manifestaron intenciones de invertir en la producción orgánica, ya sea en el mejoramiento de sus predios, la incorporación de nuevos rubros, el desarrollo de experiencias de exportación, etc. O sea, los productores familiares orgánicos no destinan la totalidad de su ingreso al consumo sino que planifican realizar inversiones expandiendo sus experiencias. Esta disposición a la inversión encuentra una fuerte limitante ya que los productores familiares orgánicos en su mayoría no reciben financiamiento institucional.

Finalmente, pudimos advertir que esta racionalidad de producción descrita se vincula al nuevo posicionamiento de los productores familiares orgánicos frente al nuevo contexto. En primer lugar, estos productores han tenido la capacidad de iniciar un proceso productivo, apostando a un "nicho de mercado", asumiendo el riesgo implícito en su reconversión (muchos vienen de la agricultura convencional) o inicio del emprendimiento productivo. A diferencia de los productores familiares convencionales, encontramos en los productores familiares orgánicos una mayor disposición a asumir riesgos. En segundo lugar, y vinculado a lo ya expuesto, los productores familiares orgánicos tienen un rol más activo en el proceso productivo y de comercialización. El productor debe asumir una actitud más activa en el entendido de que debe capacitarse constantemente, experimentar, ser más autónomo de los técnicos y desarrollar nuevas alternativas para llegar a los consumidores.

5. CONCLUSIONES

En esta investigación se estudiaron diferentes aspectos encaminados a conocer la experiencia de los productores familiares orgánicos miembros de APODU con el objetivo de generar conocimiento sobre la producción familiar en Uruguay en el marco de las transformaciones ocurridas en la sociedad rural en las últimas décadas.

El contexto planteado a partir de las políticas de integración económica a nivel internacional con una fuerte apertura económica marcó la inserción del sector agropecuario nacional en un mercado globalizado y generó, por ende, la necesidad de reconversión de los productores familiares para poder perdurar en un mercado cada vez más competitivo. En esta investigación aportamos elementos a lo señalado por otros investigadores sobre la adopción de nuevos perfiles productivos por los productores familiares en el proceso de inserción al nuevo contexto. En particular, estudiamos el caso de los productores familiares de APODU.

En este trabajo observamos cómo los productores familiares orgánicos de APODU son agentes de una nueva ruralidad en la medida en que comienzan a desempeñar un papel relevante en la agricultura sustentable. Su función no es ya como a principios de siglo la producción de alimentos baratos para las clases obreras urbanas, sino que producen alimentos de alta calidad y valor agregado para segmentos más altos de la población y con una mayor conciencia en términos de salud y cuidado del medio ambiente.

Los productores familiares orgánicos de APODU son productores que realizan el "salto" a la producción de alimentos de calidad para el mercado interno de mayores ingresos. Son productores capaces de atender la nueva demanda de producción de alimentos saludables y producidos bajo prácticas "amigables" con el medio ambiente.

La investigación confirma lo sostenido por estudios anteriores sobre la existencia de una multiplicidad de racionalidades que orientan el comportamiento de los diferentes agentes productivos. Los productores familiares de APODU tienen una racionalidad de producción específica.

La experiencia de los productores familiares estudiados representa a nuestro criterio la introducción de nuevos elementos en el perfil productivo y comercial de los productores familiares y por ende, en su lógica de producción. Si bien existe una heterogeneidad de situaciones en la producción

familiar orgánica podemos afirmar que constituyen un grupo peculiar dentro de los agricultores familiares con características específicas. De esta forma, los resultados de la investigación nos permiten concluir que es necesario complejizar la categoría productor familiar. Si tenemos en cuenta sólo las dimensiones mano de obra utilizada y tenencia de la tierra no podemos dar cuenta de la multiplicidad de situaciones que engloba dicho concepto. Como vimos en este estudio, a partir de la incorporación al análisis de la variable racionalidad de producción, pudimos identificar un grupo de productores familiares orgánicos que poseen una racionalidad particular que los diferencia dentro del grupo de los productores familiares. Los resultados nos permiten afirmar también que no es posible sostener que todos los productores familiares poseen la misma lógica de producción. Como pudimos apreciar la adopción de nuevas estrategias productivas y comerciales a través de la producción orgánica genera una nueva racionalidad productiva en los agricultores familiares.

Al igual que el resto de los productores familiares, los productores de APODU utilizan fuerza de trabajo predominantemente familiar por lo cual buscan la maximización del ingreso. Su principal ingreso proviene de la producción agrícola, el destino de la producción es fundamentalmente mercantil y residen en el predio.

Por otro lado, comparten elementos considerados propios de la lógica empresarial, a saber una "ética de riesgo" manifiesta en el proceso de reconversión productiva como en las intenciones de realizar inversiones posteriores en sus emprendimientos. También es posible identificar una "gestión empresarial" por parte de los productores ya que hay una mayor planificación de cultivos, una proyección de lo producido en base a las ventas futuras, un mayor conocimiento de mercados y precios, un mayor registro contable (necesario principalmente para el sistema de canastas), etc. Si bien este desarrollo de la gestión económica de los predios aún es incipiente, muestra una tendencia clara a la incorporación de una actitud diferente. Los productores familiares orgánicos se pueden considerar como pertenecientes a este grupo de "innovadores" que incorporan y establecen "nuevas reglas de juego" al resto de los productores familiares.

La racionalidad de los productores familiares orgánicos estudiados se diferencia claramente de la racionalidad empresarial puesto que mientras la rentabilidad económica es el objetivo principal en la lógica del empresario, para los productores familiares orgánicos lo es el uso de los recursos naturales. Como se señalara anteriormente, la motivación económica se ubica en un segundo plano y la rentabilidad aparece así como sustento económico para lograr la continuidad de la producción. En esta lógica productiva se privilegia por tanto la estabilidad en el largo plazo sobre la obtención de rendimientos máximos. La producción orgánica es un sistema productivo que

permite a los productores familiares lograr no sólo la rentabilidad, sino principalmente la estabilidad de sus emprendimientos productivos.

Finalmente, podemos encontrar ciertas características específicas de los productores familiares orgánicos de APODU. Entre ellas podemos señalar la alta disposición a la asociación y la formación de grupos para potenciar algunos procesos de producción y comercialización, la relación con el medio ambiente utilizando una matriz tecnológica que plantea un adecuado manejo de los recursos naturales, el desarrollo de nuevos canales comerciales que les permiten tener una relación directa con el consumidor final, la constante información y experimentación de nuevas técnicas de producción, el privilegio de la estabilidad a largo plazo por sobre los rendimientos máximos.

Resumiendo, en el momento de determinar qué producir los productores familiares de APODU eligen un producto singular por su calidad y cuidado al medio ambiente. Para responder por qué la producción orgánica tienen en cuenta, además de los motivos económicos (rentabilidad, ganancia), otros valores como la estabilidad a largo plazo, la sustentabilidad ecológica del emprendimiento, la salud del productor y su familia. Las estrategias productivas en relación a cómo producir, muestran un uso predominante de mano de obra familiar, la importante participación en grupos, el constante asesoramiento y la certificación de sus productos. El destino de la producción es la comercialización en el mercado (si bien parte de la producción se destina al autoconsumo). Para quién producen, entonces, es para el mercado, pero para un segmento particular del mismo. El producto orgánico es un producto diferencial, singular, que les permite conquistar mercados innovadores apostando a un segmento del mismo en el cual los consumidores están dispuestos a pagar un sobreprecio por un producto de calidad y producido bajo formas amigables con el medio ambiente. Existen varias estrategias para llegar al consumidor, dentro de las cuales se priorizan aquellas que permiten un contacto directo con los mismos. Los aspectos referidos a cómo producen indican una actitud positiva frente a la innovación tecnológica en la medida que la producción orgánica implica un sistema de producción y comercialización particular. Finalmente, en relación a para qué producir, pudimos observar que los productores tienen proyectos de realizar inversiones en sus establecimientos que les permitan aumentar la producción e incluso proyectarse en mercados internacionales, lo cual nos estaría mostrando una mayor disposición al riesgo.

Lo observado en la experiencia de los productores familiares orgánicos de APODU constituye un "caso particular de lo posible", permitiéndonos conocer una de las particularidades de la realidad del mundo rural contemporáneo, en la medida que constituye una de las alternativas productivas de la nueva ruralidad y principalmente, un ejemplo de la adopción de nuevos perfiles por un actor

social tradicional que se modificó a sí mismo en el proceso de inserción a un nuevo contexto social y económico.

6. NUEVAS INTERROGANTES

Durante el desarrollo de la investigación fueron surgiendo una serie de nuevas interrogantes que si bien no intentaron ser respondidas, porque no era el objetivo de este trabajo, consideramos relevante dejarlas planteadas como desafíos a ser investigados a futuro.

- ✓ En esta investigación nos centramos en el estudio de los productores familiares de APODU. Sin embargo, a partir de la escasa varianza poblacional mostrada por los resultados de la Encuesta a Productores Orgánicos surge la interrogante de si los elementos identificados en la racionalidad de producción de los productores de APODU que investigamos se encuentran también en el resto de los productores orgánicos o en un segmento de ellos (por ejemplo los que comparten ciertos atributos comunes como el tamaño del predio dedicado a la producción orgánica y el tipo de producción).
- ✓ En nuestro país la producción orgánica hortícola y frutícola es desarrollada principalmente por productores familiares. A diferencia de lo que ocurre en otros países, la empresa capitalista aún no ha privilegiado este sector del mercado productivo. Cabe preguntarse, en caso de que ingresaran empresas capitalistas al mercado, ¿qué sucedería con la pequeña producción orgánica?, ¿es más competitivo que las producciones empresariales?
- ✓ Los márgenes de rentabilidad positivos de los productores familiares orgánicos pueden ser un elemento de atracción hacia la producción orgánica por parte de otros productores familiares. Entonces, si aumenta el número de productores orgánicos, ¿disminuye la viabilidad económica de los mismos?
- ✓ Los productores orgánicos estudiados son un grupo de productores familiares que resistieron las condiciones adversas del contexto en el cual surgen. O sea, son los productores "sobrevivientes" de este contexto social, económico y político, y no todos los productores familiares. Actualmente, este proceso de formación y consolidación de productores en el mercado de productos orgánicos, ¿es un proceso que incluye o excluye a los productores familiares?, ¿qué sucede con los productores que pretendan ingresar?. Las características propias de la producción orgánica, ¿limitan el crecimiento del número de productores?
- ✓ ¿Cuál es el origen socio productivo de los productores familiares orgánicos?. Esto nos permitiría determinar si productores con similares orígenes podrían integrarse a este mercado productivo.

Dimensiones como familia, género, sucesión, administración, comercialización, capital físico, trayectoria, expectativas, proyectos, entre otras, deberían ser relevadas para poder establecer las características socio productivas de los productores orgánicos. Algunas de ellas fueron tratadas en el presente trabajo pero sería interesante abarcarlos en su totalidad y con un mayor profundidad.

✓ Si bien los productores familiares orgánicos privilegian los canales alternativos de comercialización, el principal destino de la producción es el supermercado. De esta forma surge la pregunta de, sin ir en desmedro del desarrollo de los canales alternativos, no sería necesario definir e implementar una estrategia, también alternativa, de relacionamiento y negociación con los supermercados como con otros intermediarios (donde puedan participar incluso grupos de consumidores), que les permitan obtener un mayor beneficio que el que perciben actualmente.

7. BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. Abramovay, R. "O capital social dos territórios: repensando o desenvolvimento rural". En: Economía Aplicada. Vol. 4. Nº 2. 2000
2. AGROVERDE. "Los productos orgánicos ganan más espacio". Basado en un reporte de Gazeta Mercantil del 2 – 8 Octubre 2000. CLAES
3. Altieri, M. – Yurjevic, A. "La agroecología y el desarrollo rural sostenible en América Latina". En: Agroecología y Desarrollo.
4. Altieri, Miguel. "Agroecología. Bases Científicas para una agricultura sustentable". Clodes. Lima, Perú. 1997.
5. Astori, D. "Neoliberalismo y crisis en la agricultura familiar uruguaya". FCU. CIEDUR. 1982
6. Astori, D; Pérez Arrarte, C; Goyetche, L; Alonso, J. "La agricultura familiar uruguaya. Orígenes y situación actual". FCU. CIEDUR. 1982.
7. Billaud, J. P. 2000. "Agriculture and Sustainability: the issues of an ecological modernity". Ponencia presentada en el X Congreso Mundial de Sociología Rural / XXXVIII Congreso Brasileño de Economía Rural y Sociología.
8. Briones, G. 1995. "Métodos y técnicas de investigación para las Ciencias Sociales". México, Editorial Trillas.
9. Braga J, y otros 2000. "Las transformaciones Institucionales y la Competitividad". Ponencia presentada en el Seminario Uruguay Agroexportador organizado por CEAD
10. Bourdieu, P. 1997. "Capital cultural, escuela y espacio social". Editorial Siglo Veintiuno
11. Campbell, H – Coombes, B. "Green Protectionism and Organic Food Exporting From New Zeland: Crisis Experiments in the Breakdown of Fordist Trade and Agricultural Policies". Rural Sociology 64: 302-19
12. Carmo, M. S. 2000. "The Sustainability of Rural Development". Ponencia presentada en el X Congreso Mundial de Sociología Rural / XXXVIII Congreso Brasileño de Economía Rural y Sociología.
13. Cea D'Ancona, M. 1998. "Metodología Cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social". Madrid, Editorial Síntesis, S. A.
14. CONSUR. 1999. "Estudio de mercado de productos orgánicos".
15. Cereceda, L. – Barria, L. 1984. "Comportamiento económico y racionalidad del campesino". Chile. ICECOOP.
16. Cook, M. 2000 "La organización institucional necesaria para un desarrollo agroexportador competitivo". Ponencia presentada en el Seminario Uruguay Agroexportador organizado por CEAD.

17. Coriat, B. 1991. "Pensar al revés. Trabajo y organización en la empresa japonesa".
18. Chiappe, M. – Butler Flora, C. "Gendered Elements of the Alternative Agriculture Paradigm". *Rural Sociology* 63: 372-93
19. De Oliveira, L – Massera, E. "Estrategias de organización empresarial y nuevas formas de competitividad que se esbozan". Mdeo. Documento de trabajo nº 34. Facultad de Ciencias Sociales – Departamento de Sociología. Udelar.
20. Denzin, N. – Lincoln, Y. Editors. 1994. "Handbook of Qualitative Research".
21. Duarte, L. – Brasil, I. – Salviano, O. "Agronomy family and perspectives of a sustainable rural life: the experience in Distrito Federal – Brazil". Ponencia presentada en el X Congreso Mundial de Sociología Rural / XXXVIII Congreso Brasileño de Economía Rural y Sociología.
22. Ehlers, E. 1996. "Agricultura sustentavel. Origens e perspectivas de um novo paradigma. Livros da Terra.
23. Equipos MORI. "Estudio sobre Producción y Comercialización de Productos Orgánicos en el Uruguay", Noviembre de 2003. PREDEG - GTZ
24. Entrena Durán, F y Villanueva Pérez, J.L. "Cambios en la concepción y en los usos de la ruralidad: del antropocentrismo productivista al ecocentrismo naturalista". Artículo publicado en "Cadernos de desenvolvimento e Meio ambiente", Número temático 2. 2000. Universidade Federal do Paraná, Brasil
25. Esser, K y otros. "Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política". En: *Revista de la Cepal*, Nº 59
26. Giarraca, N. (Comp) ¿Una nueva ruralidad en América Latina?. 2001. CLACSO. Argentina.
27. Gómez, A. 1998. "Desarrollo de la Agricultura Ecológica en Uruguay". CEUTA.
28. -----, "Agricultura Orgánica: una Alternativa Posible". CEUTA
29. Gómez, A – Honty, G. 1997 "Agricultura Sustentable: ajuste tecnológico o nuevo paradigma".
30. Gómez, S. Nueva Ruralidad? Un aporte al debate. Trabajo presentado en el Panel "Construyendo una Nueva Ruralidad" en las Semanas Sociales de la Diócesis de Talca, 2001.
31. Gurvel, V. A. "Organic products and fair trade: the case of family farming within a community in Ilha do Ferro – Municipality of Pao de Açúcar/Alagoas". Ponencia presentada en el X Congreso Mundial de Sociología Rural / XXXVIII Congreso Brasileño de Economía Rural y Sociología.
32. Guthman, J. "Roads to organic production in California". Ponencia presentada en el X Congreso Mundial de Sociología Rural / XXXVIII Congreso Brasileño de Economía Rural y Sociología.
33. IICA-PREDEG. 1999. "Los frutos del cambio". Tomo I. Mdeo.
34. Lyons, K. 1999. "Corporate Environmentalism and Organic Agriculture in Australia: the Case of Uncle Tobys". *Rural Sociology* 64: 251-65

35. Massera, E. J. 2003 "Estrategias empresariales de conocimiento y desarrollo productivo". En: Mazzei, E. (Compilador) El Uruguay desde la Sociología. Integración, desigualdades sociales, trabajo y educación. DS-FCS.
36. Mears, A. "Making the Transition from Conventional to Sustainable Agriculture: Gender, Social Movement Participation, and Quality of Life on the Family Farm". Rural Sociology 62: 21-47
37. MGAP. Programa PENTA. Revista Agronova. Varios números.
38. "Nuestro Futuro Común". 1987. Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD). Alianza Editorial.
39. Piñeiro, Diego. "Mercosur y agricultura: una perspectiva desde los actores". Mdeo. Documento de trabajo nº 17. Facultad de Ciencias Sociales – Departamento de Sociología. UdelAR.
40. -----, 1996. Desafíos e Incertidumbres para la Sociología Agraria en transición hacia un nuevo modelo de desarrollo. En: Diego Piñeiro (Comp) Globalización, Integración regional y consecuencias sociales sobre la Agricultura. AUGM. UNESCO: Universidad de la República.
41. -----, 1998. Cambios y Permanencias en el agro uruguayo. Tendencias y coyuntura. En: Norma Giarracca y Silvia Cloquell (Comp) Las Agriculturas del Mercosur. Editorial La Colmena. Buenos Aires.
42. -----, 1991. "Nuevos y no Tanto: Los actores sociales para la modernización del Agro Uruguayo". CIESU-EBO, Uruguay.
43. -----, 2002 "La producción familiar, la generación y la adopción de tecnología". Mimeo.
44. PNUD-BID "Nuestra Propia Agenda: Comisión de Desarrollo y Medio Ambiente de América Latina y el Caribe".
45. Reich, R. "El trabajo de las naciones. Hacia el capitalismo del siglo XXI". Bs. As., Vergara, 1993
46. Riella, A. "Modificaciones en el sistema agroalimentario mundial Una mirada desde un país pequeño". Revista de Ciencias Sociales nº 11. Mdeo.
47. -----, 1993. "Agricultores familiares: ¿agentes de transformación agraria?. DS –FCS.
48. Revista PREDEG. Varios números.
49. Romano, C. B. 2000. "Soil conservation and imperfect labor markets: the case of small farmers in El Salvador". Ponencia presentada en el X Congreso Mundial de Sociología Rural / XXXVIII Congreso Brasileño de Economía Rural y Sociología
50. Romero, J. 1998. "El agricultor familiar en el proceso de modernización agraria del Uruguay: Estudio de caso en la región de Salto Grande". Tesis de Maestría.
51. -----, 1998. "Lo pequeño es importante: el moderno agricultor familiar". Documento de Trabajo nº 33. Regional Norte.
52. Saffigna, P.- Sanders, R. – Rickson, R. 1999. "Farm Work Satisfaccion and Acceptance of Sustainability Goals by Australian Organic and Conventional Farmers". Rural Sociology 64: 266-83
53. Sampaio, C. 2000. "Family farming reproduction strategies in environmental protected areas: preliminary analysis of the municipality of Guarequecaba, Paraná". Ponencia presentada en el

X Congreso Mundial de Sociología Rural / XXXVIII Congreso Brasileño de Economía Rural y Sociología.

54. Shiva, V. 1991. "¿Qué quiere decir sustentable?". Revista del Sur, N° 3
55. -----, 1993. "Monocultivos y Biotecnología". Red del Tercer Mundo. Instituto del Tercer Mundo.
56. Taylor, S. J. – Bogdan, R. "Introducción a los métodos cualitativos de Investigación. La búsqueda de significados". Editorial PAIDOS
57. Teubal, M. "Globalización y nueva ruralidad en América Latina". Pág. 52 y 56 En: Giarraca, N. (Comp) ¿Una nueva ruralidad en América Latina?. 2001. CLACSO. Argentina.
58. Valles, M. 1997. "TECNICAS CUALITATIVAS DE INVESTIGACION SOCIAL. Reflexión metodológica y práctica profesional." Madrid. Editorial Síntesis, S. A.
59. Von der Weid, J. "Agroecología y Agricultura Sustentable". En: Agroecología y Desarrollo.
60. Willer, H. – Yussefi, M. 2000. "Organic agriculture worldwide statistics and future prospects". IFOAM. BIOFACH. SÖL.
61. Wuthnow, R. et Al. "Análisis cultural . La obra de Peter L. Berger, Mary Douglas, Michel Foucault y Jürgen Habermas".
62. Zonin, W y otros. "Agroecology as an option for income improvement in the family farmings associations at "Erexim" Region, Brazil". Ponencia presentada en el X Congreso Mundial de Sociología Rural / XXXVIII Congreso Brasileño de Economía Rural y Sociología.