



Problemas del Desarrollo. Revista
Latinoamericana de Economía

ISSN: 0301-7036

revprode@servidor.unam.mx

Universidad Nacional Autónoma de México
México

POSADA, MARCELO G.; VELARDE, IRENE

Estrategias de desarrollo local a partir de productos alimentarios típicos: el caso del vino de la costa
en Buenos Aires, Argentina

Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía, vol. 31, núm. 121, abril-junio, 2000,
pp. 63-85

Universidad Nacional Autónoma de México
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=11820085004>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

ESTRATEGIAS DE DESARROLLO LOCAL A PARTIR
DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS TÍPICOS: EL CASO
DEL *VINO DE LA COSTA* EN BUENOS AIRES, ARGENTINA

MARCELO G. POSADA*
IRENE VELARDE**

RESUMEN

En Argentina las nociones del desarrollo rural y del local tienden a imbricarse muy recientemente. Hasta mediados de los años noventa, el desarrollo rural era entendido sólo como una actividad descendente que se llevaba a cabo en las regiones más pobres del campo, periféricas a la región pampeana (núcleo productor de riquezas agropecuarias del país). Por otro lado, el desarrollo local se centralizaba en iniciativas populares (como la autoconstrucción o las redes solidarias) que se desenvolvían en el espacio urbano más marginal. Sin embargo, recientemente se ha comenzado a considerar la posibilidad de redinamizar regiones postergadas (aun aquellas incluidas en la zona pampeana) con base en iniciativas locales que tomen como punto de partida el rescate de las producciones agroalimentarias típicas del área. Este tipo de acción se conecta con la mutación en el patrón de consumo alimentario que se experimenta en el colectivo consumidor urbano, en el cual adquiere una importancia creciente la revalorización de los imaginarios relativos a lo rural, al rescate de la tradición, a la naturalidad. En este trabajo presentamos un análisis de tales cambios en el patrón de consumo, haciendo hincapié en el papel que desempeñan los llamados productos típicos. El análisis de caso lo efectuamos sobre un tipo particular de vino (denominado *vino de la costa*) que se elabora en un área

* FCAYF-UNLP.

** Conicet / Flacso.

fuertemente postergada de la ribera pampeana. Con base en este estudio se esbozan algunas líneas de acción y una matriz de fortalezas y debilidades de tal estrategia de desarrollo rural local.

LOCAL DEVELOPMENT STRATEGIES BASED
ON TYPICAL FOOD PRODUCTS: THE CASE OF *VINO*
DE LA COSTA IN BUENOS AIRES, ARGENTINA

In Argentina, the notions of rural and local development have only recently begun to overlap. Until the mid-1990s, rural development was merely regarded as a diminishing activity undertaken in the poorest regions of the countryside, outside the Pampas region (the center of the country's agricultural wealth). At the same time, local development focused on popular initiatives (such as self-construction or support networks) that were implemented in the most marginalized urban spaces. However, the possibility of re-vitalizing backward regions (including some in the Pampas region) on the basis of local initiatives aimed at restoring the agro-food production typical of the area has recently begun to be considered. This type of action is linked to changes in patterns of food consumption among urban consumers as a whole, in which the population's reappraisal of the countryside, the recovery of traditions and naturalness have become increasingly important. This article provides an analysis of these changes in patterns of consumption, emphasizing the role played by traditional products. A case study is undertaken of a particular type of wine (known as *vino de la costa*) produced in an extremely backward area of the Pampas shore. This study is used to suggest guidelines for action and provide a matrix of the strengths and weaknesses of this type of strategy for local rural development.

STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT LOCAL
À PARTIR DE PRODUITS ALIMENTAIRES TYPIQUES: LE CAS DU VIN
DE LA CÔTE DANS LA PROVINCE DE BUENOS AIRES, ARGENTINE

En Argentine, les notions de développement rural et de développement local tendent depuis peu à s'imbriquer l'une dans l'autre. Jusqu'au milieu des années quatre-vingt-dix, le développement rural n'était considéré que comme une activité déclinante menée à bien dans les régions les plus pauvres de la campagne, situées à la périphérie de la plaine de la Pampa (centre producteur de richesses agricoles du pays). Par ailleurs, le développement local était centré sur des initiatives populaires (telles que l'autoconstruction ou les réseaux solidaires) qui avaient pour cadre l'espace urbain le plus marginal. Cependant,

on a récemment commencé à considérer la possibilité de redynamiser des régions oubliées (même celles incluses dans la plaine de la Pampa) sur la base d'initiatives locales qui prennent comme point de départ le sauvetage des productions agroalimentaires typiques de la région. Ce type d'actions est lié à la mutation dans le patron de consommation alimentaire expérimentée au sein de la collectivité des consommateurs urbains, où la revalorisation des imaginaires relatifs au rural, au sauvetage de la tradition, au naturel, acquiert une importance croissante. Dans ce travail, nous présentons une analyse des changements observés dans le patron de consommation, en mettant l'accent sur le rôle joué par ce qu'on appelle les produits typiques. L'analyse de cas concerne un type de vin particulier (nommé *vin de la côte*) élaboré dans une région fortement marginalisée de la côte de la Pampa. C'est sur la base de cette étude que sont ébauchées certaines lignes d'action et un registre des forces et des faiblesses de cette stratégie de développement rural et local.

CONSUMO, PRODUCTO Y TERRITORIO:

UNA RELACIÓN QUE SE DENSIFICA

La noción de consumo alimenticio comprende una serie de acciones y valores que excede el simple hecho de comprar y comer un alimento dado. Es una acción destinada tanto a la satisfacción de una necesidad como a la obtención de una sensación placentera determinada.

Aquella necesidad, como se sabe, está definida socialmente, según el tiempo y el espacio en la cual se encuadre. Pero siempre tal necesidad excede lo biológicamente necesario. Es decir, la necesidad comprende el conjunto de nutrientes requeridos para la sobrevivencia de quien consume, pero no se agota en ello, en tanto que incluye, indefectiblemente, otra serie de componentes “no vitales” *strictu sensu*, pero esenciales para el desenvolvimiento de la vida en sociedad. Y en este aspecto es que la satisfacción de la necesidad se conjuga con la consecución del placer. Quien consume busca alimentarse, pero también persigue sentirse bien.

Obviamente, el desarrollo precedente no es unívoco, sino que debe encuadrarse en las diferentes realidades alimentarias que se distribuyen en nuestras sociedades. Y esas realidades están cruzadas por relaciones y posiciones de clase, lo cual complejiza aún más el análisis de las pautas de consumo. Sin embargo, cada conjunto social, en su medida y de acuerdo a su posición relativa en lo económico y lo cultural, reproduce pautas que combinan (con mayor o menor equilibrio) aquel entrecruzamiento básico de necesidad y placer.

Desde este punto de vista, entonces, el acto de consumir no sólo no es social y culturalmente neutro, sino que también conlleva una fuerte carga simbólica, variable en el tiempo, el espacio y la posición en la estructura social de quien la manifiesta. Como señala Espeitx Bernat, los campos simbólicos dominantes hoy (en las sociedades occidentales) giran en torno a cuatro ejes: *a) la salud, b) la ecología, c) lo natural, y d) el retorno a lo tradicional.*¹ Como se puede apreciar, estos ejes son suficientemente amplios y ambiguos como para que puedan ser conceptualizados de maneras muy diversas (y a veces, contrapuestas).

El papel del contenido simbólico que se le asigna a los diferentes actos de consumo puede ser asimilado a la significación que se le otorga al concepto de calidad alimenticia. Noción absolutamente relativa, la calidad puede ser concebida como constituida por un mapa conceptual complejo. Si recurrimos a la revisión de algunos trabajos teóricos y de estudios de caso, es posible realizar una simple sistematización que enuncie algunos de aquellos parámetros principales.² De esta manera se distinguen los siguientes criterios: *autenticidad, calidad funcional, calidad sensorial, calidad nutritiva, calidad biológica, calidad ética.*

El producto objeto de consumo, el que lleva concretamente la carga simbólica de tal acto, sería —al mismo tiempo— portador de indicadores de uno o más parámetros de la calidad alimentaria. Se observa, entonces, que el consumir está lejos de ser neutral y sencillo, para transformarse en una acción compleja, simbólica y representativa de diferentes imaginarios socioculturales.

En las sociedades capitalistas avanzadas, en especial en la Unión Europea y sobre todo en la Europa mediterránea asistimos desde hace algo más de una década a una revalorización de los productos alimenticios que genéricamente se llaman tradicionales. En este proceso se hace hincapié en el cuarto eje señalado por Espeitx Bernat, el del retorno a los productos tradicionales, o más comúnmente llamados “productos de la tierra” (e incluso denominados también “productos típicos”).

En el campo simbólico de la tradición pesan varios de los criterios definitorios del mapa de la calidad, como el de la autenticidad, el sensorial y el ético, pero sin dejar de lado los otros (en especial el biológico). En este campo y en estos criterios, se entiende, el origen del producto a consumir cumple una fun-

¹ Espeitx Bernat (1996).

² Bordaís (1994); Caballero Rubiato (s/f); M. Lebail y Valceschini (1990); Rivera Vilas (1991).

ción central, en tanto que es el referente de su autenticidad, de la manera en que fue elaborado, de la manera en que sabe (en sentido amplio: saber por el gusto, pero también por los otros sentidos) y de sus condiciones biológicas.

La correlación calidad-tradición-origen nos lleva hacia el campo de los imaginarios sociales depositados en el acto de consumir alimentos que respondan a aquella correlación.³ *Grosso modo* podemos sintetizar los campos de desarrollo de ese imaginario de la siguiente forma: imaginario asociado a la ruralidad; imaginario asociado a un espacio rural propio; imaginario asociado a un espacio geográfico distante; imaginario asociado a un modelo de sociedad; imaginario asociado a la preservación de la salud; imaginario asociado al hedonismo; imaginario asociado al prestigio.

Como se puede apreciar, estos imaginarios no se excluyen entre sí, sino que, al contrario, se entremezclan, se solapan, y contribuyen así a densificar la complejidad del acto de consumir, en este caso, un consumo alimentario basado en “la tradición”.

Un aspecto colateral, pero no menos importante, es la cuestión de qué es un “producto típico”, o al menos qué es a lo que llamamos así en el contexto del estilo de consumo que venimos señalando. La literatura europea a este respecto es amplia, y tiende a confluir en su definición conceptos interconectados: calidad, diferenciación y territorio.⁴

Al primero de estos conceptos ya nos hemos referido. Los rasgos y propiedades particulares de un producto, además de denotar su calidad, permiten diferenciarlo de otros productos, ya sea en su fase productiva como en la de consumo. Esta diferenciación aparece como un acicate del consumo en ciertos nichos de mercado, nichos dinámicos y crecientes según las diferentes sociedades. Y en ellos, la diferenciación parece ir unida al origen territorial del producto alimenticio. Así, entonces, pasamos de la calidad que diferencia a un producto determinado, a una que diferencia a dicho producto pero que es definida, básicamente, por el origen espacial del mismo. El territorio encierra en sí distintos planos: el propiamente geográfico (en el cual las condiciones agroecológicas definen las condiciones básicas de producción), el sociocultural (que configura un aspecto básico de la tipicidad del producto, como es la carga costumbrista del mismo o la representación social que conlleva), y el histórico (sobre la presencia en el tiempo del producto y de la manera de elaborarlo).

3 Cfr. el análisis al respecto en Espeitx Bernat (1996).

4 Cfr. una buena síntesis de esto en Caldentey Albert y Gómez Muñoz (1996).

Así es factible definir a un producto típico como aquel que:

[...] debe hallarse ligado espacialmente a un territorio y culturalmente a unas costumbres o modos, con un mínimo de permanencia en el tiempo o antigüedad, y debiendo poseer unas características cualitativas particulares que le diferencien de otros productos.⁵

De esta manera, observamos que el espacio geográfico (que incluye a lo sociocultural y a lo histórico) ocupa un papel importante en la definición de cierto tipo de consumo, el de los productos tradicionales. Ese espacio es tanto un lugar sobre el cual se ejerce el consumo (comprar en el establecimiento productor, directamente) como un lugar que “certifica” la tradición del producto que se consume (calidad dada por el origen del mismo).

Como vemos, entonces, la densificación a la que hacemos mención en el título de este apartado se hace claramente visible.

La mencionada interrelación ha sido rescatada como un factor importante para aportar elementos al desarrollo de zonas agrarias europeas. El crecimiento del consumo de producciones típicas por parte de los habitantes urbanos ha generado una mayor demanda de tales productos, la cual fungió como un estimulante acicate para incrementar la elaboración de los mismos en sus áreas de origen. Pero lo que empezó como un conjunto de emprendimientos individuales, con el tiempo se ha ido convirtiendo en el eje de determinados planes de desarrollo rural. En el marco general de la revalorización de lo rural por los urbanitas,⁶ diferentes organismos europeos han comenzado a emprender acciones que persiguen rescatar el origen de estos productos típicos, con el objetivo final de brindar un apoyo precompetitivo a sus productores, buscando que se afiancen en la actividad y puedan responder positivamente a la demanda urbana.

Enmarcadas en el esquema general del desarrollo rural integrado, estas acciones tienen dos direcciones básicas (y confluyentes). Por un lado, aquellas destinadas específicamente a fomentar la producción de tales productos típicos en el ámbito rural como una manera de revitalizarlo, reteniendo población que de otra manera migraría y remplazando —en la medida de lo posible— las producciones comerciales tradicionales (acorde a lo postulado por la PAC reformulada).⁷ Por otro lado, encontramos las iniciativas específicamente rela-

⁵ Caldentey Albert y Gómez Muñoz (1996: 61).

⁶ Cfr. Posada (1997).

⁷ La política agraria comunitaria apuntó inicialmente a garantizar a la población comunitaria el aprovisionamiento constante y a precios accesibles de alimentos, al tiempo que busca-

cionadas con el rescate de la tradición alimenticia de las diferentes áreas del agro europeo.⁸

En ambas líneas de trabajo se confluye en la revalorización de la tradición local y en el rescate de la potencialidad encerrada en tales comunidades. Obviamente, estas acciones no hacen descansar sobre sí solas un esquema de desarrollo local, pero contribuyen al afianzamiento de éste. La combinación de apoyos precompetitivos *ad hoc*, los financiamientos de proyectos específicos (como los encuadrados en el programa LEADER)⁹ y la propia iniciativa local son un importante sostén de aquel estilo de desarrollo.¹⁰

Para conceptualizar la ligazón entre un determinado territorio y la elaboración de ciertos productos típicos (propios de aquél) se recurre, muchas veces, a la noción de “distrito agroindustrial”.¹¹ Estas entidades se constituirían mediante la aplicación del tradicional “distrito industrial” marshalliano en productoras de alimentos, y en especial, de aquellos productos alimenticios íntimamente imbricados con la zona de la cual provienen. Las características básicas de estos distritos agroindustriales son la divisibilidad del proceso de trabajo, la flexibilidad organizativa del trabajo a los tiempos agrícolas, la adecuación

ba mantener un nivel de vida equitativo para la población rural, mediante un aumento de la productividad agrícola y un incremento en sus ingresos, sin que por ello se vean afectados los ingresos de los consumidores urbanos. Este objetivo productivista y de equidad social (más alimentos y más baratos) implicaba una marcada intervención pública en los mercados, es decir: subsidios. Pasadas las décadas iniciales, ya en los años ochenta comienza a plantearse la reformulación de la PAC. El motivo de fondo, reducir las erogaciones fiscales vía subsidios, fue entremezclado con proposiciones ambientales (practicar una agricultura menos productivista pero más respetuosa del medio ambiente) y con otras derivadas de posiciones “cualitativistas” (se buscaría con la reforma producir mejores alimentos, más seguros para los consumidores). Así, la PAC reformada encuentra en las “políticas de calidad” alimenticia uno de sus pilares, y dentro de ellas se destaca notoriamente el rescate de las producciones tradicionales o típicas. Cfr. un desarrollo más minucioso en Posada (1997).

8 En esta línea se destaca el programa “Los productos de la tierra: caracterización etnológica, sensorial y socioeconómica de sus características específicas. Estrategias de valorización”. Como indicamos en la parte central del texto, este programa apunta a rescatar y sistematizar los productos típicos de distintas áreas de la Unión Europea, para lo cual se trabaja con un equipo interdisciplinario. La originalidad de este programa reside en que orientado netamente a un fin práctico (aportar elementos dinamizadores de iniciativas de desarrollo local a partir de productos típicos) es conducido por etnólogos antes que por economistas.

9 Este programa, en sus distintas campañas, es una iniciativa comunitaria desarrollada en la hoy Unión Europea, tendiente a fomentar el desarrollo local de áreas rurales a partir de las acciones de la misma población involucrada. En otras palabras, implica una movilización de los recursos internos de toda comunidad, acicateados por estímulos externos (como es el caso de este programa), pero que no deja de hacer descansar todo el peso de su dinámica en la acción social local.

10 Un análisis algo más detallado de la experiencia europea al respecto y su aplicabilidad a determinadas acciones en nuestro país puede verse en Posada *et al.*, (1997).

11 Cfr. entre otros a Lacoconi (1990).

de los pequeños y medianos empresarios agroindustriales zonales a la incorporación de las técnicas y procesos productivos más adecuados para el avance de la producción que llevan adelante, y la tradición histórica del producto en sí.

Los distritos agroindustriales fueron ampliamente estudiados para el caso de la Unión Europea, siendo clásico el análisis de la zona italiana de Parmigiano-Reggiano.¹² Sin embargo, estos estudios no son más que una referencia para los investigadores argentinos que quieran avanzar en esta área del conocimiento. En efecto, las múltiples diferencias evolutivas, estructurales y funcionales en la economía argentina respecto de la europea no dejan margen para la traspolación de inferencias ni de conclusiones. Es así, entonces, que incluso reconociendo que en el mundo del consumo alimenticio argentino se detectan procesos que lo emparentan con las tendencias del mundo desarrollado, se hace necesario un esfuerzo mayor para rescatar la potencialidad dinamizadora que podría conllevar la revitalización de una producción alimenticia típica de nuestro país.

En este artículo esbozamos un análisis de la capacidad de redinamizar un área deprimida social y económicamente, pero que durante más de medio siglo fue un importante abastecedor de un producto típico de ella: el vino de la costa.

En la sección siguiente presentamos un esquema general de dicha área, con las características fundamentales de tal producción y esbozamos un plan general de revitalización de dicho producto típico, con hincapié en sus proyecciones sobre la comunidad local.

EL VINO DE LA COSTA COMO PRODUCTO TÍPICO.

EL CASO DE BERISSO

Durante el periodo de inmigración masiva que vivió Argentina a fines del siglo XIX, las tierras costeras y bajas ubicadas al sur de Buenos Aires recibieron un uso particular. En efecto, acicateadas por el crecimiento de la población capitalina, en aquellos terrenos se implantaron quintas de verduras, hortalizas y frutales que gozaban de la cercanía del mayor mercado consumidor del país. Los distritos de Avellaneda, Quilmes, Berisso y Ensenada se fueron poblando de inmigrantes de manera bipolar; por un lado, la mayoría se asentaba en los cascos urbanos de los mismos atraídos por el crecimiento de las incipientes actividades industriales de la zona (frigoríficos, curtiembres, etc.). Por el otro, un número menor de españoles, italianos y portugueses se fueron instalando en las áreas más deprimidas de esas jurisdicciones. En

12 Cfr. entre otros a Fanfani y Montresor (1991) y (1992).

ellas implantaron aquellas quintas mencionadas, en las cuales disponían de riego, producto de las periódicas crecientes del río de la Plata.

Esos inmigrantes trajeron a la Argentina sus costumbres, tradiciones, técnicas y gustos. Al asentarse en un área restringida, como era la zona de quintas ribereñas, esas tradiciones fueron perdurando, transmitiéndose de generación en generación, como un legado que acompañaba la transferencia de la tierra de padres a hijos. De esa herencia rescatamos en este trabajo la producción de vino a partir de vides plantadas en esas mismas quintas, con una peculiar organización productiva y determinadas técnicas de elaboración. Para su análisis nos concentraremos espacialmente en uno de los distritos antes mencionados, el de Berisso.

Hacia los años cuarenta de este siglo, Berisso mostraba una configuración económica y espacial propia del modelo sustitutivo de importaciones vigente en el nivel nacional. La industria frigorífica aún fuerte, se veía acompañada ahora con hilanderías, industrias químicas, destilerías de combustibles y por un importante astillero naval. Este peso del sector secundario en la economía local implicó, claro está, la definición de un perfil de asentamiento poblacional acorde al mismo. Así la población urbana pasa a ser preponderante en número y en importancia relativa, puesto que concentra en ella la mayor parte de la provisión de servicios sociales (educación, sanidad, etc.). En contrapartida, el área rural del distrito comienza su declive, el cual se va agudizando a medida que avanzan las décadas.

Este doble proceso, crecimiento urbano y decrecimiento rural, repercutió en el nivel de producción de las quintas locales. Por un lado, sus verduras, hortalizas y frutales cedieron espacio de mercado a las provenientes de otras áreas del cinturón verde metropolitano (incluido hasta los años cincuenta, el Delta del Río Paraná). Como consecuencia de esto, los estándares productivos locales se deterioraron notoriamente, al tiempo que no se incorporaron los adelantos tecnológicos disponibles con los años. Por el otro lado, la atracción urbana por la oferta de empleos originó un flujo de emigración rural que produjo un envejecimiento poblacional, la dificultad del recambio generacional y, como corolario de esto, una menor iniciativa innovadora (o al menos, carente de innovaciones) en la producción local.

Agotado el proceso sustitutivo de importaciones, cuando el modelo económico que le correspondía hizo eclosión, en Berisso se llevó a cabo con toda crudeza la crisis social que acompañó a tal crisis económica. El cierre de empresas, el desempleo creciente, el deterioro de los servicios públicos, la caída en los estándares de vida de la población local son las expresiones más claras de ese proceso.

El área rural de este distrito no fue inmune a la crisis, manifestándose en un deterioro mayor de las condiciones de vida de su población, en una nueva caída en los niveles productivos locales y en la reorganización de las estrategias de vida y organizativas de los productores en ella asentados.

Hacia fines de 1997 un relevamiento efectuado en el distrito arrojó la existencia de 168 establecimientos rurales, muchos de los cuales no estaban en actividad.¹³ Si bien la población mayoritaria que habita en ellos es menor de 60 años de edad, son los mayores de 50 años los que encaran las actividades productivas agrarias. Este último dato no es de menor importancia, puesto que cualquier programa de desarrollo productivo local deberá apuntar, entre sus componentes, a un recambio generacional en las estructuras decisorias de las explotaciones.

En éstas, la vitivinicultura no es la única producción, sino que se combina con la horticultura, algo de fruticultura, la plantación de caña, mimbre y junco y la explotación forestal del bosque ribereño. La combinación de tales actividades permite trazar una estrategia diversificadora del riesgo productivo, climático y de mercado. Si bien en este trabajo hacemos hincapié en la producción del vino de la costa, cabe consignar que en el relevamiento antes mencionado se detectó que en cada unidad productiva conviven al menos dos producciones básicas, no identificándose unidad alguna en la que exista una producción única o con una importancia que opaque al resto.

En buena medida, esta constatación permite identificar un patrón de conducta organizativa altamente minimizador del riesgo y de resistencia a la salida de producción, aun cuando las condiciones objetivas de funcionamiento del mercado pudieran propender a la finiquitación de la actividad agrícola. Esto se ve favorecido por la implementación del empleo extrapredial por parte de los integrantes más jóvenes de las familias productoras, quienes se ocupan en tareas de servicios, comerciales o de construcción, en la cabecera del distrito o en otras ciudades vecinas.

Como señalamos anteriormente, la producción de vino en estas explotaciones responde a una tradición heredada de los ancestros de los productores que llegaron a fines del siglo pasado desde Italia, España o Portugal. Lo que se inició como una actividad para el autoconsumo, luego fue adquiriendo un tinte netamente comercial, llegando a constituirse en el núcleo de un dinámico mercado local, en especial en la época de mayor actividad industrial en Berisso y los distritos vecinos.

13 Cfr. Velarde (1998).

El vino de la costa se obtiene de la vid americana, variedad que se adaptó con facilidad al suelo, clima y régimen hídrico de las tierras bajas de Berisso. El producto final tiene una acidez, un sabor y un cuerpo característico que lo diferencia de otros vinos producidos en zonas más o menos cercanas o de condiciones agroecológicas similares (por ejemplo, los viñedos uruguayos). Circunscripto inicialmente al consumo de la colectividad inmigrante, con los años fue adoptado y valorizado por los habitantes locales, criollos e inmigrantes.

Hasta los años sesenta el vino de la costa era un producto de consumo netamente popular en la zona productora e incluso en las barriadas más populares de Buenos Aires y los distritos cercanos. A lo largo de esa década, y profundizándose en los años setenta, la producción de vino de la costa entra en declive, proporcionalmente a la debacle socioeconómica de su colectivo consumidor, producto del deterioro industrial del país.

Esta situación arrojó que el recambio de las plantaciones de vid no siguiera el ritmo adecuado, ni tampoco se pudieran mantener correctamente las instalaciones de procesamiento y almacenaje del vino. La caída en el consumo, el deterioro del capital disponible (plantaciones e instalaciones) y los bajos niveles productivos sumieron a la vitivinicultura costera en una situación de profunda crisis, plenamente constatable a fines de los años setenta.

Sin embargo, algunos productores continuaron elaborando pequeñas cantidades de vino, el cual era consumido localmente, vendiéndolo en las mismas explotaciones o a través de un reducido circuito de comercialización local.

La producción de vino de la costa constituye un caso particular de estrategias de industrialización rural, organizada verticalmente desde la base agraria.¹⁴ Por esta vía se tasa el valor de un producto que, en fresco, difícilmente podría competir con el proveniente de la zona típicamente vitícola argentina, al tiempo que genera y retiene valor agregado, al omitirse la intermediación de la comercialización de la vid hacia los elaboradores de vino. Simultáneamente, cabe acotar, que a este producto se lo valoriza también desde lo no material, al hacerse hincapié en sus componentes simbólicos de autenticidad, tradición, naturalidad, etcétera.

Las condiciones materiales y contextuales de producción de vino de la costa han variado a lo largo del último siglo. En el cuadro adjunto se puede apreciar, siguiendo las cuatro fases de la producción agroalimentaria (agraria, industrial, distribución y comercialización y consumo), los cambios que se han hecho en dicha producción.

14 Cfr. Nogar y Posada (1997).

**CUADRO COMPARATIVO DE LAS FASES PRODUCTIVAS
DEL VINO DE LA COSTA**

	1890-1970	1970-1998
Producción primaria	Diversificada; asociaciones (horticultura, vid, frutales, forestación)	Diversificación; nuevas asociaciones (caña, horticultura y vid)
	Uva vid americana	Uvas vid americana y variedades rosadas
	Cultivo en parral	Cultivo en parral en los terrenos bajos y en espaldera en las tierras altas
	Fertilización con limo y residuos vegetales	Fertilizantes químicos
	Utilización de mano de obra familiar y contratación de asalariados de origen europeo	Empleo de mano de obra familiar; escasa utilización de asalariados (por falta de calificación o elevado costo)
	Mantenimiento de canales con mano de obra familiar	Escaso mantenimiento de los canales por alto costo
	Tratamientos con caldos bordes	Tratamientos con caldos bordes y con agroquímicos
	Poda cuidadosa	Poda poco cuidadosa
	Ingresos mensuales equivalentes de 3 a 5 salarios de empleo público municipal	Ingresos extraprediales y mayor importancia de los ingresos derivados de otras actividades agrarias (forestación y caña)
	Sup. media: 7-8 has. de vid Rinde medio: 10 kg./planta Producción: 2 500 a 3 000 lts./ha.	Sup. media: 2 has. de vid Rinde medio: 5 kg./planta Producción: 2 500 lts./ha. (espaldera) o 500 lts./ha. (parral)
Elaboración industrial	Elaboración de la producción propia y de vid adquirida a terceros	Elaboración de la producción propia
	Destino comercial y autoconsumo	Destino autoconsumo y comercial
	Rasgos: acidez; 9° de alcohol	Rasgos: acidez; 9° de alcohol
	Control y certificación del INV	Operatoria por fuera del INV
	Empleo familiar	Empleo familiar
	Volumen promedio: 30 000 lts./año	Volumen promedio: 5 000 lts./año
	Bodegas sin capacidad ociosa	Bodegas subutilizadas
Distribución y comercialización	Mantenimiento adecuado de las instalaciones	Deterioro de las instalaciones por falta de mantenimiento
	Venta directa a locales de restauración	Venta en comercios de frutas y hortalizas
	Venta directa en la quinta	Venta directa en quinta
	Venta de producción previamente acordada	
Consumo	Envases provistos por comprador	Envases provistos por productor (retornables)
	Consumidor popular (operarios, empleados de escalafón bajo)	Consumidor popular (operarios, empleados de escalafón bajo)
	Turistas	Turistas Poblador local que lo consume por tradición

Grosso modo, lo que se puede observar es la decadencia de esta vitivinicultura, en tanto que rendimientos, volúmenes y rentabilidades han decrecido a lo largo de los años.

En efecto, la superficie media implantada con viñedos en la zona de Berisso decayó más de un 70%, al tiempo que los rendimientos por planta bajaron a la mitad y el volumen de vino producido en promedio por establecimiento declinó en alrededor del 80 por ciento.

Pese a este escenario poco halagüeño, en las entrevistas realizadas en la zona se ha detectado que hay productores (tanto descendientes de los antiguos vinateros como otros recién llegados a la zona) que desean reactivar sus viñedos y dinamizar la producción de vino de la costa. Para ello, manifiestan estar dispuestos a encarar las acciones necesarias para reciclar la fase agrícola y la industrial de la producción, y están conscientes de que su mayor debilidad reside en el circuito de comercialización. Esta circunstancia no es exclusiva de estos vitivinicultores, sino que forma parte de la nueva realidad que se extiende sobre diferentes tipos de productores agropecuarios, los cuales deben adecuarse a las nuevas modalidades de funcionamiento de los mercados de productos.

Estas predisposiciones, si bien no son un acicate suficiente, sí son necesarias, puesto que la reactivación no puede ser eficazmente impulsada desde fuera del sector sin contar con el compromiso de miembros del colectivo productor.

Por otro lado, los cambios que se observan en el nivel de la demanda global de productos alimenticios autorizan a esbozar un panorama algo más promisorio que el que se desprende del cuadro de situación actual.

En efecto, como señalamos en la primera sección de este trabajo, la demanda se mueve impulsada por diferentes imaginarios, algunos de los cuales tienen una mayor o menor preeminencia según el colectivo social de que se trate. Dijimos también que el grueso de los consumidores del vino de la costa se ubica en los sectores populares locales. Ahora bien, dada la tendencia al rescate de los sabores tradicionales (muchas veces teñida de actitudes *snobs*, es cierto), productos como el vino de la costa encuentran un nuevo espacio para su colocación entre los consumidores.

Es así, que entrevemos la posibilidad de que a partir de la revigorización de la producción vitivinicultora se logre redinamizar la vida comunitaria de la zona baja de Berisso, desatándose un modesto pero eficaz proceso de desarrollo local que eleve los estándares de vida de la población de esa área, deteniendo el proceso migratorio y mejorando las condiciones materiales (e inmateriales) de vida. En la sección siguiente ahondaremos algo más acerca de esta posibilidad.

EL VINO DE LA COSTA COMO ACICATE DEL DESARROLLO LOCAL

Como señalamos en el primer apartado de este trabajo, en el espacio de la Unión Europea se cuenta un buen número de acciones de desarrollo rural de ámbito local acicateado a partir de la revitalización de las producciones típicas. Incluso, también mencionamos, que está en marcha un proyecto global que busca coordinar a dichas acciones, dotándolas de un trasfondo teórico-metodológico común.

Del análisis de esas experiencias y de las recomendaciones emanadas de diferentes organismos europeos orientadas a guiar la puesta en marcha de iniciativas como las citadas, podemos elaborar un esquema general de desenvolvimiento de planes y acciones de desarrollo rural local a partir de la revalorización de producciones típicas.

En primer lugar hay que tener en cuenta que este tipo de estrategia no es unívoco para todos los espacios socioproductivos, puesto que cada ámbito es diferente en cuanto a la experiencia de la comunidad que lo habita, con relación a las modalidades productivas, en su historia, en la manera de organizar la producción y la vida comunitaria, etc. En nuestro caso de estudio, la zona y el colectivo productor muestran características muy particulares en lo atinente a las cuestiones tecno-productivas como a las estrategias organizativas seguidas.

Frente a esto hay que tener en cuenta que un punto de partida central es que la producción agropecuaria (en este caso, la vid) sea factible de ser transformada en un producto alimentario (el vino) dentro de la misma unidad productiva rural. La historia del vino de la costa se basa, justamente, en esta factibilidad, lo que lo dota de un rasgo distintivo frente a otros productos de sustitución.

Esta condición recién mencionada, por necesaria no es suficiente en sí, puesto que para desarrollar un plan de reactivación general de ámbito local se requiere que el acometimiento sea compartido por la mayor parte de los productores del lugar de manera voluntaria y, sobre todo, manifestando un elevado grado de implicación respecto a dicho plan. De la misma manera, se hace imprescindible contar con algún nivel de apoyo precompetitivo por parte de las autoridades gubernativas, destinado a sostener inicialmente al acometimiento, como así también a permitir la reconversión de la infraestructura y la gestión de las explotaciones agropecuarias que deseen implicarse en el plan.

En nuestro caso de estudio encontramos que si bien es factible la transformación de la vid en vino dentro del ámbito de la misma unidad productiva, el número de productores dispuestos a encarar una reactivación a fondo de

la actividad no es, en principio, muy elevado, si bien se ha venido expandiendo de manera significativa en los últimos tiempos. Y lo interesante reside en que no se trata sólo de vitivinicultores de más edad (mayores de 50 años), sino también de sus descendientes o de jóvenes productores locales, pero que no han incursionado nunca en dicha actividad y que ahora se ven atraídos hacia ella. Incluso, hemos podido determinar que inversores extra-agrarios, movidos por motivos económicos (la rentabilidad de la actividad si se la encara modernamente, pero rescatando su tradición), y extraeconómicos (la revalorización de la tradición, el apego a la tierra de Berisso, el apego a la tradición vitivinicultora de sus ancestros), han comenzado a interesarse en el resurgir de esta producción.

Como contrapartida a este factor positivo (el interés de los mismos productores) aparece el hecho de que los lineamientos de políticas municipales locales son de ámbito reducido en lo productivo, pudiendo, a lo sumo, alcanzar el nivel del rescate cultural de la tradición vitivinicultora, pero no puede enfocar a fondo la reactivación tecno-productiva de la misma. Por otro lado, el reducido número de habitantes de la zona rural de Berisso no es un estímulo suficiente como para que la administración local vuelque en ella obras de infraestructura y servicios, que redundaría en un componente de estímulo a la reactivación de la producción de vino de la costa.

El proyecto que funcione como pivote sobre un producto típico deberá partir de una ajustada disección de la realidad socioproductiva del mismo, teniendo en cuenta tanto los factores agroecológicos como los tecnológicos, económicos, sociales y culturales. En el caso del vino de la costa, en las páginas anteriores fuimos describiendo tal realidad, con lo que se puede constatar su actual estado de decadencia, pero al mismo tiempo puede inferirse, a través de su historia y de su potencialidad en el marco de las nuevas tendencias en el consumo, la capacidad de movilización de recursos locales que encierra en sí esta producción.

Quizás una clave del éxito de este tipo de iniciativa esté dada por el ajustado análisis del mercado (o nicho de mercado) al que se quiera apuntar, puesto que de esa selección se derivará todo lo relativo a la logística de aprovisionamiento de los mismos, así como también al resguardo de las características del producto que, sin detrimento de la regularidad en las entregas, permitan diferenciarlos de otros sustitutos.

La característica histórica del vino de la costa de ser un producto de consumo netamente popular, especialmente extendido entre los sectores sociales de

menores ingresos, por tradicional no debe ser considerada inamovible. En efecto, las variaciones en los patrones de consumo urbano han mostrado, como ya lo indicamos, un rescate de ciertos productos que otrora eran consumidos por los sectores menos pudientes, pero que ahora son revalorizados a través de determinados imaginarios vinculados a la ruralidad, a la tradición, a la vuelta a la naturaleza, etc. Así como ocurrió, por ejemplo, en España con ciertas comidas típicas de los campesinos pobres que con el correr de los años mutaron en comidas seleccionadas por sectores *snoobs* de la burguesía urbana,¹⁵ también puede ocurrir con el vino de la costa de Berisso. De hecho, si bien el consumo sigue siendo básicamente en sectores populares, lentamente se ha ido extendiendo hacia otros parcelamientos del público consumidor local. A este respecto, cabe recordar que durante la etapa de auge del vino de la costa, era común que desde la Capital Federal (distante unos 70 km de Berisso) se fuera en busca de botellones con este vino, y no se trataba, exclusivamente, de consumidores de menores recursos, sino que su bebida se había extendido hacia algunas capas de la clase media más acomodada (y aun, acotemos, no había ocurrido la mutación consumidora hacia la revalorización de los valores simbólicos actualmente en boga, y que anteriormente señalamos).

El afianzamiento del resurgir de la producción vitivinícola costera descansará en buena medida en que se estrechen los lazos entre productores y consumidores. Y en este acercamiento jugará un papel fundamental el aseguramiento de la calidad del producto ofertado. Pero no nos referimos aquí al concepto de aseguramiento de la calidad en su matriz industrial, sino desde el punto de vista de las “convenciones domésticas”.

En efecto, ya sea existiendo una garantía institucional de la calidad (por ejemplo, un certificado que viabiliza el vino para el consumo humano, emitido por un organismo público) o una garantía transaccional (la calidad se salvaguarda de común acuerdo entre los partícipes de la transacción comercial, la calidad de los productos alimenticios también se define según el tipo de convención que la sostenga).¹⁶

Así, encontramos que una convención industrial en donde las normas externas a los productores y consumidores —el reglamento o código alimentario, por ejemplo— regula el intercambio en el nivel de la calidad, una convención doméstica en la cual la calidad se basa en la confianza preexistente entre

15 Cfr. Espeitx Bernat (1996).

16 Cfr. A. A. (1995).

ambas partes, otra convención cívica producto de la adhesión de los partícipes a una serie de valores sociales, como la preservación del medio ambiente por ejemplo, y por último, una convención mercantil en la cual la calidad es evaluada subjetivamente por las partes involucradas en el intercambio y lo hacen cada vez que se produce un acto tal.

En el caso del vino de la costa, es notorio que su calidad se sustenta desde la convención doméstica, en tanto que se detecta cierta fidelidad entre compradores y productores, la que se remonta, en ocasiones, a varias décadas. Sin embargo, resulta también claro que si se desea expandir el consumo de vino de la costa se deberá contar con un adecuado respaldo sanitario, cosa que sólo puede derivarse de un certificado de validez nacional otorgado por un organismo competente en la materia.

Esta circunstancia pone en juego, entonces, la necesidad de organizar la actividad por encima de las iniciativas particulares de vitivinicultores aislados. Esta organización sería utilizada como pivote sobre diferentes ámbitos, como el productivo agropecuario y agroindustrial, el de la circulación y el de la promoción genérica del producto. En el primero de esos ámbitos (el productivo primario y de la transformación), el ajuste en cuanto a la calidad de la materia prima elaborada y a las normas y reglas que se sigan para la obtención del vino permitirán alcanzar un cierto grado de homogeneización genérica del producto, paso previo e ineludible para la certificación de salubridad antes mencionada. De esta manera, se accedería así a un grado de convención industrial que contribuiría al desenvolvimiento general de la producción de vino de la costa de Berisso.

Por otro lado, la coordinación de acciones tendientes a una promoción genérica de este producto por parte del colectivo social productor, ayudaría a afianzar los lazos con los consumidores por encima de la convención doméstica (pero sin renunciar a ésta, sino reforzándola).

Esta reforma organizacional, en la cual la acción conjunta de los productores es fundamental, puede contar con un acicate externo a dicho colectivo social, el que puede ser entendido como un agente de animación local, al estilo de los impulsores de los planes LEADER desarrollados en la Unión Europea. Su tarea, encomendada por un organismo público o una institución privada destinada a la promoción social, estará básicamente destinada a estimular que sean los mismos productores los que diseñen y lleven a cabo la mencionada reforma organizacional. Como señalamos oportunamente, la viabilidad de la transformación agroindustrial en el seno de la misma explotación y el apoyo por parte del aparato estatal es muy importante para el desarrollo de este tipo de

iniciativas, pero la implicación del colectivo productor resulta ineludible, y lograr este involucramiento es una de las tareas más difíciles, pero sumamente necesarias, que deberá desarrollar el mencionado agente promotor.

Dadas las características sociodemográficas del distrito de Berisso, será muy importante que dicho agente funja como nexo entre los productores y la administración local, puesto que ésta (según indicamos) suele no ocuparse adecuadamente de las áreas rurales de su jurisdicción.

Si se logran articular las acciones de estos tres actores intervinientes (cada uno con su importancia relativa), el colectivo socioprodutor, el agente de animación local y la administración local, estarán sentadas las bases de la reactivación, no sólo de una producción (el vino de la costa) sino de toda un área (el espacio de las tierras bajas de Berisso). A partir de esto, y con un adecuado apoyo precompetitivo, con asistencia técnica, con ayudas financieras (sea bajo la forma de subsidios o de créditos blandos), con asesoramientos, etc., se puede engendrar un proceso de desarrollo local, modesto quizás, pero adaptado a las necesidades de una población y un área tan postergada como es la del espacio costero de Berisso.

Ahora bien, una iniciativa como la señalada debe contar, como paso previo, con algún tipo de evaluación *ex ante* a efectos de poder entrever qué posibilidades de desenvolvimiento tienen. Así, seguidamente desarrollaremos una matriz DAFO simplificada, en la cual procuraremos indicar las debilidades y las fortalezas, las amenazas y las oportunidades que enfrenta una iniciativa como la reseñadas.

Como se observa en la matriz adjunta (ver p. 81), el panorama productivo, el de la comercialización y el organizativo no están libres de problemas. La cuestión del acceso a los nichos de mercado de mayor capacidad adquisitiva es uno de ellos, pero no el único.

Según señalamos anteriormente, determinados sectores del público consumidor puede interesarse por productos que encierren características especiales, que los diferencien de la producción industrial masiva. Si bien esta tendencia es creciente, la clave para articularse a ella es alcanzar un grado de articulación productiva muy ajustada, en la cual las fases agraria, industrial y de comercialización deben operar coordinadamente. En el caso que analizamos en este artículo, esa coordinación debería adquirir el rasgo de una red social unida por lazos que exceden los meramente productivos, para avanzar sobre el ámbito de la tradición y de la cultura productiva común. Obviamente, el afianzamiento de esta red es un tema complejo, pero que debe abordarse para alcanzar con posibilidades de éxito iniciativas como la que se trata en este estudio.

DAFO SIMPLIFICADA PARA LA PRODUCCIÓN
VITIVINÍCOLA DE BERISSO

<i>Debilidades</i>	<i>Amenazas</i>
<ul style="list-style-type: none"> •Producción <ul style="list-style-type: none"> a) viñedos antiguos b) rendimientos deficientes c) falta de mantenimiento en infraestructura agrícola d) deterioro de instalaciones de procesamiento industrial •Comercialización <ul style="list-style-type: none"> a) deficiente b) Presentación inadecuada del producto c) elevado precio •Organización <ul style="list-style-type: none"> a) desarticulación entre productores b) bajo nivel de organización social local c) animadores locales sin iniciativas propias 	<ul style="list-style-type: none"> •Producción <ul style="list-style-type: none"> a) tendencia a la monoproducción b) aumento del riesgo productivo •Comercialización <ul style="list-style-type: none"> a) dificultad de ingresar a la moderna distribución minorista b) competencia de productos sustitutos •Organización <ul style="list-style-type: none"> a) falta de tradición organizativa social b) carencia de planes gubernativos de acción local c) expectativas cortoplacistas
<i>Fortalezas</i>	<i>Oportunidades</i>
<ul style="list-style-type: none"> •Producción <ul style="list-style-type: none"> a) sistema productivo adaptado al terreno b) baja dependencia de insumos externos a la unidad c) arraigo cultural en productores d) permite la obtención de subproductos •Comercialización <ul style="list-style-type: none"> a) responde a una tradición del consumo b) reducidos costos de circulación por venta directa •Organización <ul style="list-style-type: none"> a) la diversificación productiva genera sinergias locales b) compromiso de algunos sectores de la administración local 	<ul style="list-style-type: none"> •Producción <ul style="list-style-type: none"> a) bajo impacto ambiental de la producción b) arraigo cultural en consumidores c) el sistema tradicional fortalece la diversificación productiva •Comercialización <ul style="list-style-type: none"> a) nuevas posiciones relativas en los imaginarios del consumo b) generación de formas asociativas para la comercialización con mayor volumen •Organización <ul style="list-style-type: none"> a) oportunidad para la promoción del uso no agropecuario del espacio rural b) revalorización del espacio rural por los urbanitas

Por otro lado y en relación con el acceso a los nichos de mercado y a la articulación productiva, iniciativas como éstas deben contar con algún grado de certificación que convalide, según vimos, la calidad del producto. El acceso a firmas certificadoras implica un costo monetario elevado, al margen de los estrictos requerimientos organizacionales y productivos que conlleva, lo cual dificulta que todo el circuito pueda acceder en tiempo y forma a detentar tales certificados.

La carencia de éstos puede ser un acicate para que otros productos que sí han logrado ocupar el nicho de mercado por el que compiten, den lugar a dificultades para el desarrollo de la iniciativa. Es decir, que la competencia no se desenvuelve sólo a nivel de captar la voluntad del consumidor, sino que implica una serie de cuestiones que van hacia atrás, hacia las fases que anteceden a la decisión de compra por el consumidor, y en las cuales alcanzar un certificado de calidad es un paso necesario e ineludible para asentarse en los nichos de consumo.

Pese a la presencia de estos potenciales problemas, que no deben ser dejados de lado en los análisis de las iniciativas como la que nos ocupa, es posible también entrever aspectos positivos de esos ámbitos, que permitan actuar sobre aquéllos. O, si se quiere, desde el punto de vista sistémico, permitan construir el “argumento” del sistema.

Dadas sus características, el espacio productivo vitivinicultor es pluriactivo (no sólo dentro de lo agrario, sino también considerando las oportunidades laborales de sus actores). Este rasgo, entonces, lleva a la necesidad de definir objetivos múltiples y que se complementen entre sí a partir de los subsistemas que lo integran, y entre éstos y la sociedad global a la cual se articulan.

Este desafío no es una cuestión novedosa: la elección entre “argumentos” divergentes (e incluso opuestos) es una constante en la toma de decisiones socioeconómicas. La contradicción entre eficiencia empresarial y reactivación social del medio rural no siempre es resuelta adecuadamente y, muchas veces, ni siquiera es resuelta, sino que simplemente se la ignora. Y esta cuestión no puede ser obra exclusiva de agentes externos al sistema local, sino que implica el involucramiento de la población partícipe del sistema. Así sostienen E. Ramos y J. Romero:

[...] hoy se coincide en señalar que una participación real de la población involucrada y un papel tutelar subsidiario de la administración en la definición de objetivos, es paso obligado para generar dinámicas de desarrollo viables en el medio rural.¹⁷

17 Ramos y Romero (1995: 78).

Con base en esto, estimamos que la implementación de una estrategia de revitalización de la zona ribereña de Berisso implicará la combinación de elementos básicos del desarrollo rural y de componentes de los planes de desarrollo local.¹⁸ Y esto es así, porque en las situaciones de producción como en la que venimos centrando nuestra atención, ambos desarrollos se imbrican, entrelazan y potencian mutuamente.¹⁹

No es éste el lugar para desgranar los conceptos básicos de ambos tipos de desarrollo, pero sí es conveniente indicar algunos rasgos centrales que debe guiar la implementación de una política de revitalización local que los combine. Éstos son:

- Debe desarrollarse en armonía y equilibrio con el entorno natural;
- se basará en recursos endógenos al espacio y a la comunidad a la cual beneficia;
- poseerá un cierto grado de autonomía en su diseño, gestión y control;
- debe ser inducido, asumiendo la comunidad los costos de tal inducción, pero salvaguardando cierto control sobre el proceso de inducción;
- será integrado y basado en la complementariedad de rentas y, por lo tanto, implicando un cierto grado de pluriactividad individual, familiar y comunitario;
- debe ser selectivo y al mismo tiempo, específico.

Como se puede observar, el desafío es grande, pero las posibilidades de revitalización también lo son. El rescate de un producto tradicional como el vino de la costa puede servir de estímulo general a la zona de Berisso, pero la clave estará dada, sin ningún lugar a duda, por la decisión social de emprender un proceso de desarrollo rural local con las características enunciadas. Y esto, por otra parte, no es factible siguiendo los cánones tradicionales, sino que requiere de un verdadero nuevo contrato social entre las áreas más avanzadas y aquellas más deprimidas, tal como lo señaló en su momento el Grupo de Seillac:

18 Quizás un claro ejemplo de esta combinación esté dado por la posibilidad de redinamización de la vida socioproductiva del área ribereña de Berisso a partir de la implementación de acciones de turismo rural. A este respecto la zona posee un *background* importante, tanto desde lo paisajístico como desde lo cultural, lo que permitiría la definición de circuitos turísticos-culturales de relativamente fácil implementación, y en los cuales los mismos vitivinicultores sean los actores dinámicos, esto es, "guien" a los visitantes por sobre su propio espacio y su propia tradición y cultura productiva. La experiencia europea al respecto es muy rica y sirve de sustento para considerar que en el caso argentino que nos ocupa los resultados no tienen porque ser diferentes. Además, las ansias de consumo rural por parte de los habitantes de las ciudades (urbanistas) se articula adecuadamente con esta posibilidad, potenciándola. *Cfr.* Posada *et al.* (1997).

19 *Cfr.* un desarrollo a este respecto en Posada (1998).

Un nuevo contrato social puede actuar como solución recíproca y como cauce de intercambio económico entre los intereses de los medios rural y urbano. Bajo este nuevo planteamiento muchas necesidades de los sistemas urbanos e industriales pueden constituir nuevas funciones para el espacio rural.²⁰

Y en esta nueva funcionalidad, externa e intrínseca, el área ribereña de Berisso —su gente, su historia, sus producciones— puede ofrecer un espacio adecuado para su concreción.

BIBLIOGRAFÍA

- A. (1995), “Los productos de calidad específicos: oportunidades para las zonas rurales”, en Dossier LEADER, <www.rural-europe.aeidl.be>, diciembre.
- Bordais, Lœic (1994), “La producción frutihortícola en Francia: los deseos y desplantes del consumidor”, en *Panorama Agrario Mundial*, núm. 184 y 185, Pergamino, INTA-EEA Pergamino, pp. 10-11 y 10-13.
- Caballero Rubiato, Juan (s/f), *Valoración de la calidad alimentaria de productos obtenidos con métodos de gestión agraria integrada*, Madrid, España.
- Caldentey Albert, Pedro y A. Gómez Muñoz (1996), “Productos típicos, territorio y competitividad”, en *Agricultura y Sociedad*, núm. 80-81, Madrid, julio-diciembre, pp. 57-82.
- Espeitx Bernat, Elena (1996), “Los ‘nuevos consumidores’ o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los ‘productos de la tierra’”, en *Agricultura y Sociedad*, núm. 80-81, Madrid, julio-diciembre, pp. 83-116.
- Fanfani, Roberto y E. Montresor (1991), “Il sistema agroalimentare italiano: filiere, multinazionali e la dimensione spaziale dello sviluppo”, en *Changement technique et restructuration de l’industrie agro-alimentaire en Europe*, París, INRA, pp. 95-120.
- Fanfani, Roberto y E. Montresor (1992), “Nuevos instrumentos interpretativos para el análisis del sistema agroalimentario italiano”, en *Revista de Estudios Agro-Sociales*, núm. 161, Madrid, España, julio-septiembre, pp. 15-53.
- Grupo de Seillac (1993), *El pequeño libro tierra*, París, Fundación para el Progreso del Hombre.
- Iacoponi, Luigi (1990), “Distretto industriale marshalliano e forme de organizzazione delle imprese in agricoltura”, en *Rivista di Economia Agraria*, vol. XLV, núm. 4, Roma, pp. 711-743.

20 Cfr. Grupo de Seillac (1993).

- Lebail, M. y E. Valceschini (1990), "Qualité des produits agricoles et coordination dans les filières agro-alimentaires", en *Economie Rurale*, núm. 198, Montpellier (Francia).
- Nogar, Graciela y M. Posada (1997), "Las estrategias adaptativas de los productores agropecuarios argentinos: el caso de la agroindustrialización de base rural", en *Revista Paraguaya de Sociología Rural*, núm. 100, septiembre-diciembre, pp. 281-290.
- Posada, Marcelo (1997), "Algunas notas acerca de la ruralidad actual. El espacio rural y su consumo turístico", en *Espacio Abierto*, vol. 6, núm. 1, Maracaibo, abril, pp. 101-119.
- Posada, Marcelo (1998), "Desarrollo rural y desarrollo local. Los primeros pasos de los Consorcios Productivos de la Provincia de Buenos Aires", en *Argirópolis*, <www.argiropolis.com.ar>, septiembre.
- Posada, Marcelo *et al.* (1997), *Cambios en los usos del espacio rural. Situación y perspectiva del turismo rural en Tandil*, Buenos Aires-Tandil, FLACSO-CIG.
- Ramos, Eduardo y J. Romero (1995), "Para una concepción sistémica del desarrollo rural", en E. Ramos y J. Cruz (coords.), *Hacia un nuevo sistema rural*, Madrid, MAPA, pp. 49-89.
- Rivera Vilas, Luis (1991), *Gestión de la calidad agroalimentaria*, Madrid, España, AMV-Mundi Prensa.
- Velarde, Irene (1998), *El vino de la costa del Río de la Plata: un producto tradicional de la localidad de Berisso*, La Plata, mimeo.