



PROBLEMAS Y APRENDIZAJES EN PROCESOS DE CONSTRUCCION PARTICIPATIVA DE PRODUCTOS LOCALES: estudio de caso en el territorio de Tandil, Argentina

PROBLEMS AND LEARNING IN PARTICIPATORY CONSTRUCTION PROCESSES OF LOCAL PRODUCTS: case study in the territory of Tandil, Argentina

Irene Velarde*
Patricia Vimo**

RESUMEN

La tensión entre producciones globales desterritorializadas y producciones locales debe interpretarse a la luz de los nuevos grandes desafíos en los cuales se inscribe la producción agropecuaria y de alimentos: (i) el desafío medioambiental en sus diversas dimensiones: cambio climático, contaminación de los recursos renovables, consumo energético; (ii) la salud, es decir el consumo de alimentos no contaminados en cantidad y calidad de acuerdo a las normas de nutrición y seguridad alimentaria; (iii) el desafío socio-cultural en todas sus dimensiones, es decir, la vida del hombre en comunidad en los territorios que habita. Un alimento con larga trayectoria en un lugar puede ser entonces pensado y re-inventado como un recurso para la promoción del desarrollo. Este ha sido el supuesto central de algunas iniciativas de extensión rural, y es a partir de esta idea que se generaron acciones para reactivar la producción y el consumo de las hortalizas típicas platenses (Ahumada, Otero y Garat, 2011) el vino de la costa en Berisso (Velarde 2010), o el salame de Colonia Caroya (Champredonde et al, 2012), los quesos y salames en Tandil (Vimo y Velarde, 2015), entre otros. Esta perspectiva, en términos generales, se encuentra vinculada a la idea de desarrollo territorial, donde son los recursos locales los que adquieren relevancia en la lógica de los discursos y las acciones de los agentes de desarrollo. Se trata de la búsqueda de alternativas para zonas sometidas al impacto de los procesos de reestructuración de la agricultura, donde la diversificación y puesta en valor de los productos locales se presenta como posibilidad para el rescate de los vínculos con el territorio y el fortalecimiento de la identidad. Por otro lado, se refleja también desde esta perspectiva, la existencia de un mundo rural que ya no es visto solamente como un proveedor de bienes de consumo materiales, sino también como fuente de bienes inmateriales y de valores simbólicos, necesarios para el desarrollo no sólo de los agricultores sino del conjunto de la sociedad. El caso de estudio del que parte este análisis, se refiere a la construcción participativa de los quesos de Tandil. En este marco, el objetivo de este trabajo ha sido identificar las principales tensiones y aprendizajes que emergieron en una experiencia de extensión, ya que entendemos que a partir del reconocimiento de ambas dimensiones, se podrán identificar las principales cuestiones en juego, aquellas disputadas y/o transformadas, o también en vías de transformación.

Palabras clave: desarrollo territorial, extensión, identidad, productos locales.

ABSTRACT

The tension between global productions deterritorialised and local productions to be interpreted in the light of the new challenges which includes agricultural production and food: (i) the environmental challenge in their different dimensions: climate change, pollution, renewable resources, energy consumption; (ii) health, i.e. the consumption of non-contaminated food in quantity and quality according to standards of nutrition and food security; (iii) the socio-cultural challenge in all its dimensions, i.e., the man's life in the community where he lives. A meal with long history of a place can be then thought and re-invented as a resource for the promotion of development. This has been the central assumption of some initiatives of rural extension, and is based on this idea that actions were generated to reactivate the production and consumption of the La Plata typical vegetables (Ahumada, Otero and Garat, 2011) the coast wine in Berisso (Velarde 2010), or salami of Colonia Caroya (Champredonde et al, 2012), cheeses and salami in Tandil (Vimo and Velarde, 2015), among others. This perspective, in general terms, is linked to the idea of territorial development, which are local resources that acquire significance in the logic of the speeches and the actions of the agents of development. It's the search for alternatives for areas under the impact of restructuring uses of the soil with extensive agriculture, where diversification and enhancement of local products is presented as a possibility for the rescue of the links with the territory and strengthening of their identity. On the other hand, is also reflected in this perspective, the existence of a rural world that is no longer seen only as a supplier of goods of consumption materials, but also as a source of intangible and symbolic values needed for the development not only farmers but the whole of society. The case studies this analysis, part of which refers to the participatory construction of the cheeses in Tandil. In this context, the objective of this work has been to identify the major tensions and learnings that emerged in extension experience, since we understand that starting from the recognition of both dimensions, can identify the main issues at stake, those disputed or transformed, or also in the process of transformation.

Key Words: Territorial development, extension, identity, local products.

* Agriterris- FCAyF- UNLP. E-mail: velarde@agro.unlp.edu.ar

** Maestrando de Desarrollo Rural- FAUBA/ Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. E-mail: patriciavimo@yahoo.com.ar



1. Introdução

La tensión entre producciones globales desterritorializadas y producciones locales debe interpretarse a la luz de los nuevos grandes desafíos en los cuales se inscribe la producción agropecuaria y de alimentos: (i) el desafío medioambiental en sus diversas dimensiones: cambio climático, contaminación de los recursos renovables, consumo energético; (ii) la salud, es decir el consumo de alimentos no contaminados en cantidad y calidad de acuerdo a las normas de nutrición y seguridad alimentaria; (iii) el desafío socio-cultural en todas sus dimensiones, es decir, la vida del hombre en comunidad en los territorios que habita

Un alimento con larga trayectoria en un lugar puede ser entonces pensado y re-inventado como un recurso para la promoción del desarrollo. Este ha sido el supuesto central de algunas iniciativas de extensión rural, y es a partir de esta idea que se generaron acciones para reactivar la producción y el consumo de las hortalizas típicas platenses (Ahumada, Otero y Garat, 2011) el vino de la costa en Berisso (Velarde 2010), o el salame de Colonia Caroya (Champredonde et al, 2012), los quesos y salames en Tandil (Vimo y Velarde, 2015), entre otros. Esta perspectiva, en términos generales, se encuentra vinculada a la idea de desarrollo territorial, donde son los recursos locales los que adquieren relevancia en la lógica de los discursos y las acciones de los agentes de desarrollo.

Se trata de la búsqueda de alternativas para zonas sometidas al impacto de los procesos de reestructuración de la agricultura, donde la diversificación y puesta en valor de los productos locales se presenta como posibilidad para el rescate de los vínculos con el territorio y el fortalecimiento de la identidad. Por otro lado, se refleja también desde esta perspectiva, la existencia de un mundo rural que ya no es visto solamente como un proveedor de bienes de consumo materiales, sino también como fuente de bienes inmateriales y de valores simbólicos, necesarios para el desarrollo no sólo de los agricultores sino del conjunto de la sociedad.

En el marco de propuestas de desarrollo territorial la tendencia de apoyarse en los recursos locales se entronca directamente con el cambio en las pautas de consumo de la sociedad postindustrial, con un discurso donde se entrecruzan inquietudes ecológicas, con preocupaciones por la seguridad alimentaria y por la salud, valores, en suma, que aparecen indisolublemente unidos a los productos locales (Sacco dos Anjos et al, 2011).

En Argentina estas ideas empiezan a materializarse a fines de la década de los '90, período en que se revelaba la dificultad de establecer lógicas de articulación entre pasado y futuro, en un contexto marcado por los *commodities* y los alimentos *estandar*. Surgen entonces innovaciones discutidas colectivamente, como formas de volver a la tradición de sus antepasados, que sin dejar de estar asentadas en el esfuerzo individual, se intenta construir grupalmente, incluyendo en esa definición a actores institucionales locales y extralocales (Velarde et al, 2013).



El caso de estudio del que parte este análisis, se refiere a la construcción participativa de los quesos de Tandil. En este marco, el objetivo de este trabajo ha sido identificar las principales tensiones y aprendizajes que emergieron en una experiencia de extensión, ya que entendemos que a partir del reconocimiento de ambas dimensiones, se podrán identificar las principales cuestiones en juego, aquellas disputadas y/o transformadas, o también en vías de transformación.

2. Referencias teóricas consideradas

Nos apoyaremos en nuestro análisis en la noción de *territorio*; la *construcción social de la calidad* y cómo la misma es instrumentada a través de procesos de *extensión rural*.

La producción de quesos en Tandil es de larga data, forma parte de la estrategia de productores familiares de origen inmigrante asentados en la cuenca Mar y Sierras. En la actualidad asistimos a una incipiente reactivación de la quesería de Tandil, debido a dos fenómenos que confluyen: la consolidación del turismo interno, donde Tandil se ha posicionado en las últimas dos décadas como destino alternativo lo que incrementó el consumo, y la recuperación del Estado y las políticas públicas, lo que implicó resignificar un producto identitario con apoyos de diversas agencias estatales.

Estos movimientos de superación sin eliminar lo viejo, implicaron necesariamente adaptaciones e innovaciones en la producción, consumo y en las organizaciones, que marcaron una nueva etapa en la producción de quesos tradicionales. Los productores de quesos de Tandil fueron planteando objetivos individuales y colectivos que facilitaron la apropiación concreta y simbólica de ese espacio geográfico transformándolo en territorio, un territorio que permitió prácticas productivas como síntesis de las relaciones entre naturaleza y sociedad local.

Esto pudo suceder por las dinámicas históricas y relacionales, que operaron como fuerzas en la formación de este territorio y en el movimiento más amplio de desterritorialización y reterritorialización (Raffestin, 1984).

La realidad de un territorio está concentrada en sus contradicciones y en sus unidades dialógicas. El territorio se funda en relaciones sociales, naturales, en conflictos, conteniendo heterogeneidad, cambios, permanencias, desigualdades, diferencias e identidades. Para comprender y analizar cada territorio será necesario -en alguna medida- indagar, conocer y entender actores públicos, privados y ciudadanos que influyen en él, el medio geográfico, lo natural y lo artificial hibridado en técnicas, sus sistemas de objetos y sus sistemas de acciones más significativos, sus principales acontecimientos en tiempo y espacio y la articulación entre lo local, lo meso y lo global (Bozzano, 2009).

Así el proceso de producción del territorio (Magnaghi, 1976), puede ser considerado lento y veloz, según cual sea el actor protagónico al que nos refiramos. En nuestro caso incorporamos la idea de aprendizajes en la acción, tanto para productores como para técnicos participantes en esta construcción territorial.



Otra noción fundamental es la construcción social de la calidad, para ello es pertinente tener en cuenta la perspectiva teórica desde las que abordaremos el tema de la “calidad”.

La construcción social de un determinado gusto legítimo incluye una visión que restituye la dimensión cultural y simbólica del consumo alimenticio; ya que éste implica una movilización de significados y capital simbólico que son cambiantes. La alimentación es una práctica socialmente construida (marcas de status y definición ideológica y de clase de los actores), e implica por lo tanto, procesos de identificación y diferenciación social, constituyendo distintos estilos de vida. El mercado así aparece constituido por factores que dependen de percepciones socioculturales de los consumidores, entre los cuales se encuentra la noción de calidad. Los nichos de mercado que posibilitan la economía de la calidad se constituyen, en este caso, gracias a la existencia de estas percepciones socioculturales que determinan el consumo de determinados alimentos. Es a partir de la dimensión simbólica desde donde se aborda la valorización de ciertos productos y la posibilidad de obtener una renta diferencial para determinados productores agropecuarios.

En este caso, las estrategias económicas estarían supeditadas a las posibilidades que abre la dimensión sociocultural del consumo. La estrategia que subyace a la calidad tiene que ver, desde este punto de vista, con una carga de significación social a determinadas propiedades de los productos a la vez que se agrega valor a través de la incorporación de servicios y trabajo especializado que muchas veces no son no mercantiles y pueden implementarse en la escala de una red o un territorio. De esta manera, un alimento, incorpora una gran carga simbólica movilizada en los procesos de construcción identitaria, pudiendo a través de una marca local generar un proceso virtuoso de diferenciación (Goldfarb, 1999).

Todo proceso de construcción de productos locales implica una intencionalidad y por ello consideramos importante introducir algunas premisas acerca de cómo es gestado el proceso de extensión rural entendido como herramienta de política agropecuaria.

Es destacable que los enfoques en los que se han basado la mayoría de las intervenciones son transferencistas o top-down, generando aún mayores distancias con agricultores que no obedecen las recetas pensadas en los Centros de Investigación y Transferencia de Tecnología.

El trabajo de extensión alrededor de la valorización y activación de los recursos agroalimentarios locales se inscribe en los que podrían ser llamados “nuevos modelos de intervención en el medio rural”. Apartados de los enfoques tradicionales basados casi exclusivamente en propuestas productivistas y de capital intensivo, los nuevos enfoques buscan valorizar los recursos locales y potenciar la dinámica particular del territorio para resignificar los productos. Las acciones en torno a la recuperación de productos locales como los “quesos de Tandil”, entre otros, conforman prácticas de intervención no-hegemónicas.

Tradicionalmente, en la literatura especializada en Extensión Rural, las dificultades para las innovaciones técnicas han sido pensadas en términos de resistencia al cambio (Rogers, 1976). Esta idea forma parte de una visión transferencista de la extensión rural, basada en la comunicación unidireccional de conocimientos del profesional al productor, contra la cual en los años ‘60 y ‘70 surgió una propuesta alternativa que comenzó a pensar



este proceso como un diálogo de saberes y no como la imposición de la perspectiva de un actor a otro (Freire, 1973; Fals Borda, 1981).

Una de las características de los proyectos protagonizados por los equipos técnicos involucrados en la construcción de los quesos de Tandil es que se sostuvieron por la construcción participativa. Este tipo de construcción fue intencionada e impulsada por los técnicos universitarios, con un enfoque de extensión basado en la problematización (Freire, 1973) y en la comunicación con énfasis en los procesos culturales (Huerco, 2004). Esta manera de intervenir, desde 2008 en este caso, fue hilvanando espacios de aprendizaje gestados en reuniones, hasta ir conformando un Nosotros que se fue expresando de manera creciente en diversas iniciativas.

Es importante destacar que los extensionistas que participan o participaron de estas experiencias se formaron en una matriz de aprendizaje que se apoya en los dominios de conocimientos universalistas, característica dominante del curriculum de formación en las ciencias agrarias, veterinarias, exactas y naturales. Los productores en cambio, que buscan en el resurgimiento de un producto típico, tradicional o identitario, el mejoramiento de sus condiciones de vida en sentido amplio, afirman estos procesos cognitivos en sus saberes locales pero no exclusivamente.

Para caracterizar cómo se producen estos procesos educativos es necesario considerar dos dimensiones en cruce constante: lo político y lo cultural. En la dimensión política del campo de la extensión rural se identifican múltiples manifestaciones de poder, sobre todo no circunscribe las experiencias sólo a sus dimensiones instrumentales, y se las concibe situadas en tiempo y espacio.

Las prácticas productivas son prácticas culturales, caracterizadas por un uso continuado y durable por parte de los productores, cargan una historia incorporada y naturalizada, que pueden ser consideradas por los extensionistas para la comprensión de la adhesión o rechazo de las interpelaciones en juego en los procesos de extensión dialógicos.

Repensar el espacio de comunicación / educación desde una perspectiva política supone una apertura a las múltiples articulaciones que se generaron en el desarrollo de los proyectos.

3. Estudio de caso: valorización de quesos tradicionales de Tandil

Tandil es uno de los principales productores de la cuenca lechera Mar y Sierras -situada en el Sudeste de la provincia de Buenos Aires-, y posee una larga trayectoria en la producción de leche y subproductos. La producción láctea y la elaboración de manteca, crema y quesos, tiene una larga tradición en Tandil. En 1876, entre otros, inmigrantes vasco-franceses adaptaron recetas familiares de quesos de oveja y cabra a la producción artesanal de quesos con leche de vaca, tradición que mantienen hasta hoy, luego de varias generaciones (Nogar y Torres, 2008).

Entre 1988 y el 2002, el número de tambos disminuyó un 50%, y la escala promedio de las explotaciones, medida en tamaño del rodeo lechero, se duplicó (Mateos, 2006).



A fines de los años noventa, se produce al mismo tiempo un nuevo impulso de la quesería. Las agroindustrias lácteas reciben un impulso significativo debido al crecimiento de la demanda de productos artesanales, provenientes del desarrollo del turismo interno. Se asocian a este cambio, dos procesos encontrados: el aumento de la demanda de productos artesanales locales y la pérdida de muchas unidades de producción (Nogar y Torres, 2008).

Tabla 1. Producción de leche y quesos (Fuente elaboración propia en base a datos del Proyecto de Cluster Quesero de Tandil, 2013)

	Cuenca Mar y Sierras	Tandil	Total Argentina
Millones de litros de leche de vaca anuales (2010)	328	146	10.307
Toneladas de quesos de leche de vaca anuales (2013)	S/D	3.360 TN	520.225 TN

En los últimos cinco años, se ha incrementado el volumen de litros de leche destinados a la producción de quesos. En el año 2009 era de alrededor de los 70.000 l/día y actualmente es de 100.000 l/día, lo que implica un crecimiento en la elaboración de quesos del 42.85%, porcentaje que es muy importante pero lejos del crecimiento de la soja. Esto tiene que ver con un aumento de la demanda tal como lo señalamos precedentemente.

Es un dato significativo que la quesería tandilense sigue creciendo muy por encima de otras actividades agropecuarias intensivas. Esto marca la fortaleza de un territorio que ha sabido consolidar su patrimonio cultural, su saber hacer y sus tradiciones.

En el 2012 las instituciones involucradas que venían apoyando a los productores de queso, vieron la oportunidad de continuar el proceso a través de la asistencia del Programa de Servicios Agrícolas Provinciales (PROSAP) que, a través del componente Iniciativas de Desarrollo de Clusters (IDC) y mediante una metodología participativa pre-fijada, guió a los actores del Cluster Quesero de Tandil (involucra a los partidos de Tandil, Ayacucho, Rauch y Benito Juárez) para realizar un análisis de su situación que derivó en una estrategia consensuada de desarrollo. Se formuló un Plan de Mejora Competitiva (PMC), requisito formal para acceder al financiamiento de las actividades, en el que surgieron los proyectos que los productores consideraron como prioritarios para el desarrollo de la quesería regional.

Uno de los subproyectos generados denominado Identificación Regional, se diseñó para concretar una estrategia de valorización de la quesería local a través de diferentes dispositivos consensuados con los productores participantes, basados en la reputación de calidad, el origen y la diferenciación de los quesos del territorio que pueda comunicar atributos tradicionales a los consumidores y mejore la competitividad. Entre los objetivos



específicos de dicho proyecto se encuentran: 1) Acordar con el grupo de queseros habilitados en la normativa obligatoria criterios de calidad que permitan avanzar en la marca territorial del Municipio de Tandil: Producto Tradicional Tandil, para aplicarla a los quesos típicos de Tandil en base a la triangulación entre productores, consumidores locales y expertos; 2) Construir pliegos de condición para cada tipo de queso seleccionado de forma participativa que se quiera integrar dicha marca territorial, en conjunto con el Municipio de Tandil (Vimo y otro, 2015).

El Proyecto de Identificación Regional se constituye así en una herramienta de intervención participativa que continúa en la actualidad. El grupo operativo quedó conformado desde el 2014 por seis queserías de Tandil de un total de 23 convocadas, el Secretario de Desarrollo Local del Municipio de Tandil, un técnico del proyecto de Calidad Higiénico Sanitaria, una técnica de laboratorio de calidad y dos coordinadoras del propio proyecto.

La decisión de calificar la quesería a través de la Marca de Origen y Calidad registrada por el Municipio de Tandil como “Producto Tradicional Tandil”, permitió al conjunto de actores descriptos avanzar en el desafío colectivo. Inicialmente se optó por avanzar en la definición de dos productos locales tradicionales a través de generar protocolos de calidad, uno para un queso semiduro (Queso Tandil), y otro para un queso de pasta dura (Reggianito), a fin de distinguir estos dos productos con la Marca que una vez aplicada garantizaría al consumidor, un producto diferenciado desde la leche con la que se elaborarían esos quesos, el proceso de elaboración, y el tiempo de maduración, según acuerdos previos establecidos en dicho protocolos o pliegos de condición.

En los inicios del proyecto, se realizó un trabajo de sensibilización que permitió definir un análisis a través de una matriz FODA, para luego avanzar en la elección de la herramienta a utilizar para valorizar los quesos de Tandil. En la determinación por parte de los productores de la Marca de Origen y calidad Producto Tradicional Tandil, se detectaron expectativas de los actores relacionadas con la idea de que esta distinción fuera inclusiva, que lograra mejorar la calidad de los quesos del territorio en su conjunto, concretar la protección de la tradición y el origen de un alimento emblemático de este territorio, y la oportunidad inédita de compartir el saber hacer entre los productores involucrados.

En ambos objetivos específicos, se ha trabajado de manera participativa con los productores y expertos locales (queda pendiente la triangulación con los consumidores locales). Justamente, la gran riqueza de un proceso de valorización vinculada al origen, está en relación con el aumento en la intensidad y la cantidad de las redes de relaciones que favorece.

4. Metodologia:

Se utilizó una metodología cualitativa: las técnicas empleadas fueron entrevistas a los actores involucrados y la observación participante en las reuniones de construcción de la calidad de los quesos distintivos del territorio en el período 2014-2016. Ambas permitieron



indagar en los saberes sobre esas propiedades distintivas y se analizaron los conflictos y aprendizajes surgidos entre los responsables de alcanzar los acuerdos necesarios para la definición de los atributos específicos que debería ostentar un producto portador de la marca de origen y calidad denominada Producto Tradicional Tandil registrada por el Municipio de Tandil.

5. Resultados

En este artículo nos referiremos a los problemas y aprendizajes de técnicos y productores involucrados en el proyecto en base dos dimensiones aunque dilemáticas resultan ejemplificadores de la densidad del proceso de intervención: *la calidad específica en base a aspectos tradicionales vs la calidad como sinónimo de inocuidad*, y *la construcción de redes de innovación vs los objetivos individuales de productores*.

a.- La calidad específica en base a aspectos tradicionales vs la calidad como sinónimo de inocuidad

Otro de los conflictos que han aparecido en la construcción de la Marca Producto Tradicional Tandil con significativa importancia está asociado a la cuestión normativa vinculada a la producción y comercialización de alimentos. En este asunto se ponen en juego al menos dos discursos opuestos: el de la *inocuidad* y el de la *calidad específica*.

El primero se fundamenta en la necesidad de cumplir con las normas establecidas para asegurar la *inocuidad* de los alimentos, atentando esto, la posibilidad de incluir como partícipes de los proyectos de extensión rural, a aquellos productores y establecimientos que están “fuera de las normas”. La *calidad específica* contribuye a la construcción territorial que permitiría aceptar un valor positivo a partir de conseguir este logro, al que más tarde puedan sumarse más productores al proceso de calificación. La calidad específica se construye entre los productores involucrados, los técnicos y los consumidores, por ello el gusto local de qué es considerado “calidad” o “no calidad” tiene una importancia vital en la construcción de productos locales.

En las primeras reuniones el tema de la inclusión de más productores de Tandil fue una de las tensiones que dificultaba avances concretos en el Proyecto Identificación Regional en el que sólo participaban 6 productores que voluntariamente pensaban en este dispositivo para mejorar la calidad de los quesos.

P1: “los que están ordenados que empiecen, nos puede servir para mejorar la calidad de nuestros quesos”

P6: “para llegar a los productores marginales siempre se piensa desde la sanción y luego abren otra quesería en otro lado y venden sus quesos en la ruta. Lamentablemente se vende todo el queso. Nosotros podemos realizar acciones indirectas desde la positiva, creando una Marca y elevando el piso de calidad para que se valore la quesería desde el consumidor. La sanción sería entonces dar un paso adelante”



La decisión de calificar la quesería a través de la Marca de Origen y Calidad registrada por el Municipio de Tandil como “Producto Tradicional Tandil”, como dijimos precedentemente se basó en la definición de dos protocolos, uno de un queso semiduro (Queso Tandil), y otro de un queso de pasta dura (Reggianito), según acuerdos previos establecidos en los protocolos participativos.

Este proceso de construcción de la calidad generó múltiples tensiones entre los participantes derivadas de la escasa experiencia en acciones colectivas y del apego a sus propias percepciones acerca de la concepción de calidad. No es sino en el propio proceso que se puede lograr el aumentar las capacidades y capitalizar las fortalezas de los recursos locales. El diálogo técnico es un medio y al mismo tiempo un resultado de la construcción participativa de protocolos de calidad.

(Técnico 1): “lo que se pueda avanzar a partir de la marca Producto Tradicional Tandil claramente deberá superar la calidad obligatoria, los protocolos o pliegos de condición para cada producto tendrán otros standards que la normativa obligatoria, y eso lo deberemos acordar”

(P3): “los fermentos naturales que se han usado históricamente podría ser el elemento diferenciador”

(P3): si pensamos en un queso “tradicional” tenemos que encontrar atributos que podamos comunicar a los consumidores y que hagan una diferencia: los quesos de Tandil duros, semiduros, con un gusto diferente a los otros quesos”

Una innovación que ha permitido la continuidad y la articulación de los productores ha sido la definición de los aspectos técnicos que sustentan los atributos llamados por los productores de Tandil “tradicionales”: así surgen los fermentos naturales o la leche termizada (no pasteurizada) como elementos distintivos para calificar a los quesos con la Marca, lo que ha permitido la cohesión de la mayoría de los productores participantes y sobre todo de aquellos de menor escala de producción que son escuchados y valorizados en el propio proceso de intervención. Sin embargo en la propia trayectoria del proceso de calificación los mismos productores suelen construir argumentos que se oponen a los acuerdos establecidos, lo que va modelando el cambio de las prácticas hacia “lo posible”. Un ejemplo de ello es la utilización de los fermentos naturales en el queso Reggianito. Sólo dos queserías lo están utilizando actualmente y los otros integrantes evocan dificultades de logística para concretar dicho compromiso de uso del fermento en las pruebas piloto. El uso de la leche termizada para aquellos productores de escala industrial implica un cambio en los protocolos de utilización de la leche pasteurizada y no quieren arriesgar. Estos desvíos a lo establecido son parte de las negociaciones de sentido entre lo “deseable” y lo “posible”, lo que introduce la necesidad de técnicos formados en estilos de extensión dialógicos que puedan flexibilizar las normas concertadas.

Al establecerse parámetros medibles en la calidad de la leche, agua y quesos, por encima de la normativa obligatoria, aspecto indispensable para producir el desarrollo



cuantitativo de los quesos a los que se le aplique la marca, se genera la dificultad de llegar a ese estándar lo que genera permanentemente una tensión hacia la flexibilización de los parámetros acordados. Por ello, los propios productores que participan en este grupo, proponen como innovación que los quesos sean juzgados por paneles de análisis sensorial.

P1: “lo importante es que el queso sea rico...”

En base a esta necesidad los extensionistas incorporan la idea de entrenar un panel de cata local, pero con una variante: los expertos deberán juzgar a los quesos de acuerdo a un perfil sensorial debatido por los propios productores y expertos.

La relación con los consumidores se plantea entonces al incorporar la evaluación sensorial con paneles no entrenados, donde se busca obtener por un lado aquellas características que los consumidores aprecian o rechazan de los quesos, y por otro, generar también la educación del gusto de quesos de calidad. Esta información permite incorporar al proceso de construcción de la calidad la visión del consumidor y orientar la producción de quesos calificados con la Marca Producto Tradicional Tandil más allá de pensar la calidad como sinónimo de identidad. No podemos perder de vista que el gusto de los consumidores ha sido moldeado por las queserías de mayor escala, cuyos quesos generalmente no responden a los plazos de maduración establecidos en el Código Agroalimentario Argentino, aspecto a considerar cuando se testean quesos con mayor maduración.

Los aprendizajes significativos en relación a la inocuidad y calidad específica en base a atributos “tradicionales” de los quesos están marcados, por un lado por la normativa obligatoria: leche con parámetros de calidad que no siempre se cumplen, esto genera que las prácticas en la obtención de quesos inocuos, se pasteurice siempre la leche. Por otro lado el discurso de la inocuidad ejercitado desde los profesionales y productores de mayor escala, sumado al avance de la comercialización de los insumos: fermentos, colorantes, conservantes, aditivos, genera una mayor adhesión a lo conocido: un queso industrial con “poco gusto”.

Así lo fundamenta el siguiente diálogo entre un productor y un técnico

P4: “Se llegó al tema del fermento porque se dijo que muchos quesos no tienen gusto, sin sabor. Como que la gente rescata que en Tandil hay quesos con gusto a queso. Entonces pensamos que eso era efecto de las cepas y pensamos en revalorizar eso. A qué nos referimos cuando uno va a poner tradicional. Si es todo tradicional. O tal vez proponerlo como algo a futuro pero no para hoy, como para no frenar en eso, como para seguir avanzando”

T3: “¿Uds creen que en general, el sabor entre uno y otro tiene bastante diferencia o no?”

P4: “el queso hecho con fermento liofilizado tarda mucho más tiempo en tomar sabor”

La diferenciación basada en la calidad específica y en los atributos de origen, constituye un nuevo discurso que permanentemente interpela a técnicos y productores y genera identificación, rechazo total o parcial. Por ello, un aprendizaje notable es la permanencia del proceso de calificación y la búsqueda de sentidos que incorporen viejas “nuevas” prácticas adaptadas al actual contexto.



b.- La construcción de redes de innovación vs los proyectos individuales de productores

En el diagnóstico inicial, el 70 % de los queseros no han tenido participación asociativa, aspecto que a priori condicionaría la formación de redes productivas, sociales, políticas. Otro aspecto es el estilo de extensión propuesto en la construcción social de la Marca Producto Tradicional Tandil, que se expresa en las concepciones de desarrollo que abandonan la transferencia de conocimientos de parte de los ‘agentes de desarrollo’ a los agricultores como su eje principal y se centran en reconocer y valorizar “la diversidad de realidades (...) de los actores locales y de (...) los productos ofrecidos” (Champredonde y Casabianca, 2005) de manera de proponer un “desarrollo original que revaloriza los recursos (naturales y humanos) específicos de los territorios” (Fournier y Muchnik, 2012).

Schjetman y Berdegué (2006), opinan que el desarrollo institucional es determinante del desarrollo territorial, en cuanto a la relación directa con la existencia y funcionamiento de redes de relaciones sociales de reciprocidad basadas en la confianza, elementos culturales e identidad territorial y redes con actores externos al territorio. Las instituciones son el elemento que liga los proyectos colectivos de desarrollo rural y resultan absolutamente indispensables para que los procesos de desarrollo tiendan a superar, y no a reproducir, las relaciones de poder que marginan a los actores pobres de las oportunidades y beneficios de dichos procesos.

Los actores participantes del proceso interinstitucional de construcción de la marca Producto Tradicional Tandil, por definición tienen objetivos e intereses diversos. En el inicio del trabajo participativo los productores queseros ofrecieron sus argumentos para la elección de esta alternativa:

“mejorar la calidad de los quesos del territorio”; “esta marca va a permitir entrar a más productores que una Identificación Geográfica o Denominación de Origen...”; “empujar a los más chicos por la positiva”, “proteger el nombre Tandil de futuras usurpaciones” “Subir el piso de calidad como manera indirecta de empujar a los más chicos haciendo mejoras en los que están en la Marca”; “Aprender de pares que están en el tema”

La primera tensión estuvo centrada en quiénes estaban habilitados de acuerdo a la Ordenanza municipal a ingresar en la marca y quiénes no. El requisito de tener el establecimiento habilitado con un mínimo de 3 años no ofrecía inconvenientes, en cambio la inscripción de cada queso con una antigüedad de 3 años significaba en la práctica que de los 6 productores que participan de este proceso, la mayoría no podía incluirse como sujeto que use la marca.

Este tema originó interesantes debates en las reuniones donde por momentos se ampliaban los requisitos para que más productores pudieran integrarse, como por ejemplo cuando existían cambios societarios se tomaría la primera inscripción del producto o en el caso de la planta recuperada El Amanecer se contemplaría la situación legal irregular como



coyuntural, y en otros momentos, cuando se lograba establecer una mayor inclusión, los mismos queseros pedían volver a una interpretación de la ordenanza que no permitiera a “cualquiera” ingresar a la Marca Producto Tradicional Tandil.

“...tenemos que avanzar en aspectos para los que están en orden en serio, no es mi caso pues yo todavía no produzco en establecimiento habilitado, pero hay que apostar al futuro en mecanismos que mejoren la quesería de Tandil” (Productor integrante Cluster quesero, reunión 14/4/15)

Una intervención de otros dos productores cuando se hablaba de los requisitos formales de ingreso a la marca dialogaron:

P2: “¿por qué nosotros vamos a aplicar la marca PTT?” otro

P5: “para proteger a los productores de Tandil” (Productores integrantes Cluster quesero, reunión 17/3/15)

El debate entre inclusión y exclusión no es nuevo en Tandil, tanto la informalidad elevada y la gran heterogeneidad han contribuido a una casi total falta de tradición de cooperación, asociación, unión- y que condiciona la formación de redes, son la antesala de una tensión más que evidenciamos en el territorio: la desconfianza como obstáculo para la concreción de actividades conjuntas.

La ausencia de acciones colectivas parece ser explicada por una falta de *historia de cooperación* por los propios productores, apoyándose en relatos que dan cuenta de las dificultades para establecer vínculos:

“porque cada uno tira para su lado, lamentablemente” y de fracasos previos en ese terreno (“algunas veces, viste, me he querido asociar con alguien y eso y siempre me fue mal, desgraciadamente. Así que estoy solo” (Raimundi, 2015).

Sin embargo, lejos de creer que la desconfianza pueda ser un mero atributo, en realidad, se correspondería con una construcción colectiva que se verifica frecuentemente en los sistemas agroalimentarios. En este sentido es que Landini (2007) nos advierte sobre la posible inversión de los términos: la falta de una tradición en la cooperación “sería consecuencia -y no causa- de *percibir* que, de hecho, se hace muy difícil cooperar” la inversión de tiempo en esta actividad productiva dificulta el sostenimiento de las acciones necesarias.

Las reuniones donde estos y otros aspectos se ponen en juego, como por ejemplo lo fue también generar procesos de negociación para compartir aspectos del proyecto con otros actores institucionales no comprometidos desde el inicio y que ampliaban la base de



sustentación para la calificación de los quesos, nos permiten afirmar que el entramado institucional solo es posible en el propio proceso de construcción de la acción colectiva.

El compartir valores, origen, una misma historia, van forjando una identidad que puede permitir mejorar la confianza entre los queseros participantes, reducir los costos por las alianzas logradas y favorecer las innovaciones, así la movilización alrededor de un proyecto común permite avanzar y retroceder, con lo que seguramente se ampliaron las capacidades locales para la concreción de los propios proyectos colectivos e individuales. Sostener esta forma de construcción conjunta no ha sido caprichosa pues tanto el Municipio de Tandil como los técnicos que participan del proyecto de Identificación Regional, fundamentan su trabajo desde una concepción estratégica de mediano y largo plazo.

Avanzar en el logro de la valorización de los productos a través de procesos de innovación basados en acciones concertadas entre todos los actores que involucraron actividades de promoción, nuevas tecnologías de elaboración, difusión cultural, entre otras, son indispensables para colaborar en el proceso de desarrollo local. La interacción con otros actores que han pasado por la experiencia del proceso de la obtención de la Denominación de Origen del salame de Tandil (DOT), ha permitido a los productores queseros, identificar y dar relevancia a aspectos como la confianza, la cooperación y la necesidad de invertir tiempo en todo el proceso. El factor tiempo ha sido siempre limitante en esta actividad, especialmente para aquellos productores que abarcan desde la producción de la leche hasta la comercialización de sus quesos. Sin embargo, a lo largo del proceso de intervención, el tiempo dedicado a reuniones, elaboraciones con participación de agentes externos a la quesería y su consiguiente atención, evaluaciones sensoriales y otras actividades, no ha sido poco, considerando la escasísima experiencia previa de participación en acciones compartidas. El debate como herramienta de ir despejando lo posible dentro de lo deseado, ha sido enriquecedor para productores, técnicos e instituciones participantes.

Un productor refiere su percepción respecto a una charla con el técnico coordinador de la DOT:

(P5): La última reunión vino Sergio Fernández de Cagnoli, para contar cómo había sido lo de la DOT de ellos. De ahí contó sobre las dificultades, los tiempos que les había llevado, qué cosas habían cambiado en la marcha. Por ejemplo, contó que las cosas del control habían resultado excesivas y entonces a la hora de llevarlo a la práctica encontraban cosas que habían modificado, aumentado o disminuido en algún punto. También nos contó que todos habían visitado las fábricas de los otros para aliviar cosas, como que nadie tenía nada que esconder al otro, ya que estaban todos para lo mismo en ese caso. Que había gente que se había querido sumar después pero como los requisitos de estacionamiento eran muchos días y entonces muchos quedaban afuera por eso(...) tenían a alguien al que todos conocían y tenían confianza, en quien hizo de veedor, que fue quien fue mirando que en todas las fábricas se fueran cumpliendo los pasos que ellos mismos habían definido antes. Ellos creen que fallaron en dar a conocer el producto previo a que salga, principalmente para los comerciantes, que fallaron en la estrategia. Que el comerciante que es el que al final lo va a vender y que no diga es lo mismo, sino



explicarle que es algo hecho con más tiempo, más dedicación, más control de toda la materia prima y el proceso, que hay toda una trazabilidad detrás de cada producto. No es un producto que hacen gran cantidad, son unos 500 kg/mes, sino que lo que eso potenciaba todos los otros productos que hacían. Otra cosa que era muy importante es que eran los dueños de las fábricas los que asumían el compromiso de llevar adelante todo y eso comprometía al personal. El precio de los salames DOT es idéntico cualquiera sea la empresa que lo fabrique.

Los aprendizajes no pueden restringirse únicamente a la experiencia vivencial, por ello, la experiencia de los elaboradores de salame de Tandil y la obtención de la Denominación de Origen, es un antecedente que le imprime un sello territorial a este proceso con los productores queseros. Se instaló que en Tandil es posible construir redes de innovación para la calidad de sus productos identitarios: quesos y salames, y que ello permite ofrecer aspectos intangibles pero que simbólicamente representan mucho: territorio organizado, productos con gusto, tradición.

Sin embargo en estas experiencias donde la calidad se construye en red también los conflictos forman parte del proceso de aprendizaje. La génesis de esta red es a partir de los técnicos e instituciones que salen a convocar productores queseros para conformar un grupo. En tal sentido, la construcción y ampliación de la red es bastante más ardua, así para lograr convergencia alrededor de un problema exige un rol muy activo de los técnicos en las operaciones de traducción, hacia adentro y afuera de la red primaria (Ghezán, Mateos, Acuña, 2005).

En efecto, la permanencia de esta red está ligada a una serie de condicionantes, entre los que se pueden mencionar: el grado de participación de los productores y la obtención de resultados concretos; el compromiso de los técnicos en el acompañamiento del grupo y su papel clave, movilizándolo tanto a los productores como a las instituciones que participan del proyecto.

6. A modo de conclusión

Los aprendizajes en este proyecto específico puede arrojar pistas a futuros extensionistas en los ejes que han articulado el documento.

- *Territorio*

Considerar la construcción territorial basados en la historia de los productos locales, los oficios técnicos, las redes de actores, los flujos y fijos que condicionan o promueven las innovaciones, la identidad y las dinámicas históricas y relacionales; nos permitieron comprender la complejidad de las fuerzas en la formación de este territorio y en el movimiento más amplio de desterritorialización y reterritorialización para el caso de los quesos de Tandil en plena región pampeana Argentina. No se trata sólo de proponer cambios, sino que la construcción de un producto local está condicionada a otras fuerzas que operan de



manera situacional activando o retardando los resultados a obtener en un período histórico determinado.

- *Construcción social de la calidad*

Acordamos con Champredonde y Muchnik (2010) que plantean que un elemento que aparece como central en todos los enfoques referidos a la calidad, es que la calidad de un producto emerge como la resultante de un proceso, definido en términos de calificación. Al igual que la identidad, la calidad de un producto no puede ser entendida como algo intrínseco. La calidad siempre es definida “en relación a”, es la calificación la que revela la calidad del producto a través de las interacciones entre el producto y el criterio por el cual es juzgado (Muchnik; Biénabe y Cerdan, 2005).

La fuerte imagen y reputación territorial que tienen los quesos de Tandil, es un elemento que atenta contra la calidad específica del producto, ya que son igualmente *vendibles* productos muy heterogéneos con amplias diferencias respecto a sus atributos más sensibles, por el sólo hecho de pertenecer a una categoría: “*quesos de Tandil*”. Esta condición se ve acentuada en el hecho de ser turistas los principales consumidores, poco conocedores del producto.

La tensión o conflicto se da entre la necesidad de construir y definir una calidad específica que garantice un producto genuino, y la posibilidad actual y real de vender un producto que sólo cumpla con el requisito de ser un “*queso de Tandil*”. Las preocupaciones de los actores locales están centradas en el cuidado de una reputación histórica y una imagen territorial sobre productos de calidad que se ve amenazada al ampliarse los productos con *no calidad* (debido a la flexibilización en los tiempos de maduración establecidos por el CAA -Código Alimentario Argentino- y problemas derivados de prácticas inadecuadas en los procesos productivos); y la usurpación que realizan empresas externas al territorio del nombre Tandil al llamar a sus quesos “*tipo Tandil*”.

En este proceso de aplicación de la Marca Producto Tradicional de Tandil, se está intentando superar la mirada sólo mercantil y por ello los actores involucrados invierten tiempo y recursos en la construcción de una calidad diferenciada sumando a los consumidores locales, los cuales son vistos como guardianes de dicha reputación de calidad de los quesos de Tandil.

- *Proceso de Extensión Rural*

La posibilidad de reinención de tradiciones en alimentos que poseen una historia, permanencia y una relación constitutiva con el espacio geográfico, genera sinergias para fortalecer la cooperación entre los actores al interior de sistemas agroalimentarios localizados.

Las prácticas propias de un enfoque dialógico de extensión rural nos ha permitido apreciar:



a) el desarrollo de dispositivos (técnicos, institucionales, administrativos...), susceptibles de estimular los procesos de construcción/reinvención de los recursos locales con métodos de abajo hacia arriba (pero no exclusivamente);

b) la identificación de vías de fortalecimiento de los procesos de acción colectiva, que a su vez van a permitir a los productores ser menos dependientes de definiciones externas al territorio.

c) el reconocimiento por parte de los productores de una forma diferente de situar al técnico como agente de colaboración en el proceso de participación y no como el que brinda la “receta” para la solución de los problemas.

En el proceso de construcción de la calidad de los quesos elegidos por los productores, se produjo también una fuerte tensión inicial donde algunos productores querían una definición rápida por parte de los técnicos, respecto a la definición de los protocolos, casi como un mero trámite, como una acción netamente transferencista. Esto tenía su lógica en un contexto donde la transferencia tecnológica era la única forma conocida de intervención. Finalmente, ante el planteo técnico de buscar una construcción participativa, se logró un desarrollo incipiente de una nueva forma de concebir el desarrollo de un proyecto común.

Por último el esfuerzo para lograr la especificidad de productos localizados, puede reforzar la capacidad de negociación; o, más aún, desarrollar canales comerciales o circuitos alternativos, se trate de una producción de diferentes escalas.

Es significativo señalar que a lo largo del proceso de extensión, tanto para productores como para técnicos, se empieza a cuestionar la noción de calidad asociada a un producto estandarizado, homogéneo y/o a la capacidad de ofrecer al consumidor un producto “siempre igual” y se genera un discurso acerca de la valorización de productos “tradicionales” con las contradicciones que ello representa.

En la misma línea argumental están los modos en que los técnicos intervenimos en los territorios, este enfoque convive con estilos difusionistas que se afirman en la necesidad de celeridad de resultados, en contraste con otros modos de construir el oficio de extensión para el desarrollo rural, que parten del aquí y ahora del productor, los tiempos del productor no son los tiempos de los proyectos de intervención, en consecuencia es difícil la prescripción de tiempos para la obtención de resultados que irán, o no, emergiendo, pero no pueden determinarse a priori sino en el curso del proceso de intervención.

Bibliografía

AHUMADA, J.; OTERO, J.; GARAT, J.J. **Las Hortalizas Típicas del Cinturón Verde de La Plata. La Plata: Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales – UNLP**, 2011. 71 p. ISBN: 978-987-33-0047-9

BOZZANO, Horacio. 2009. **Territorios Posibles**. Procesos, lugares y actores, Lumiere, Buenos Aires.



CHAMPREDONDE M y MUCHNIK J. **¿Se hace humo el territorio del asado?** : un enfoque constructivista de la calidad de los alimentos. Experiencias argentinas. Trabajo presentado en: 116º Seminario EAAE Dinámicas espaciales sistemas agroalimentarios: implicancias para la sustentabilidad y bienestar del consumidor. Parma, Italia, 2010.

CHAMPREDONDE, M. y E. SCHIAVONE, 2012. **Informe Caso piloto Argentina:** Salame de Colonia Caroya. FAO.

FALS BORDA, Orlando. 1981. **La ciencia y el pueblo.** En: Investigación participativa y praxis rural: nuevos conceptos en educación y desarrollo comunal. Editores: Vio Grossi, F.; Gianotten, V. & T. de Wit. Mosca azul editores, Lima. Pp. 19-47.

CHAMPREDONDE, Marcelo y CASABIANCA, François. 2005. **La Certificación de Productos Agroalimentarios en un Proceso de Desarrollo Local.** El caso de los terneros producidos en Córcega. En: Intranet del INTA, EEA Bordenave.

FOURNIER, Stéphane y MUCHNIK, José. 2012. **“El enfoque «SIAL» (Sistemas Agroalimentarios Localizados) y la activación de recursos territoriales”.** En: Revista Agroalimentaria, Vol. 18, N° 34: 23-35.

FREIRE, Paulo. 1973. **¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural.** Ed. Siglo XXI, México.

GARAT, J.J. y OTERO, J. **¿Desde dónde intervenimos cuando intervenimos?** El caso del proyecto “Tomate Platense”. Mundo Agrario. Revista de estudios rurales, primer semestre, Vol. 12, n° 24, 2013. ISSN: 1515-5994

GHEZÁN, G.; MATEOS, M.; ACUÑA, A. 2005. **Alianzas públicas privadas para la Innovación del Sistema Agroalimentario Argentino.** Ediciones INTA, Balcarce, Argentina.

GOLDFARB Lucía (1999) **“La construcción social del gusto. La noción de calidad y la reestructuración de la vitivinicultura mendocina”** Primeras Jornadas de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Buenos Aires, Facultad de Cs. Económicas, UBA.

HUERGO, Jorge. 2004. **Desafíos a la extensión desde la perspectiva cultural.** Revista Dialoguemos INTA – N° 14.

LANDINI, F. 2007. **Cooperación y Desconfianza en Campesinos Formoseños. Aportes de la psicología a la formulación de estrategias y metodologías de Desarrollo Rural.** En: Revista del Instituto de Investigaciones de la Facultad de Psicología - UBA - Año 12 - N° 3 - 2007.

MAGNAGHI, Alberto. 1976. **Il territorio nella crisi, Quaderni del territorio – ristrutturazione produttiva e nuova geografia della forzalavoro,** anno I, n.1. Milano: CELUC Libri, p. 15-29.



MATEOS, M. **La industria láctea**: heterogeneidad estructural y comportamiento tecnológico, En: Ghezan G., Acuña A. y Mateos, M., Estrategia y Dinámica de la innovación en la industria alimentaria argentina. Argentina: Astralib, 2006.

MUCHNIK, J.; BIÉNABE, E. y CERDAN, C. **Food identity/food quality**: insights from the "coalho" cheese in the Northeast of Brazil. En Revista Anthropology of Food, 2005.

NOGAR, A.G. y TORRES, J. **Sistemas Agroalimentarios Localizados**: la producción de quesos de Tandil. En: Sistemas Agroalimentarios Localizados en Argentina. comp. VELARDE I., MAGGIO A. y OTERO J. INTA - Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales UNLP – INRA, 2008.

RAFFESTIN, Claude. 1984. **Territorializzazione, deterritorializzazione, riterritorializzazione e informazione**. In: TURCO, A. (Org.). Regione e regionalizzazione. Milano: Angeli. p. 69-82.

RAIMUNDI, G. (2015) “**Análisis de procesos de valorización de productos patrimoniales**. Estudio de un caso: los quesos del territorio de Tandil” Trabajo final para la titulación de Ingeniero Agrónomo. La Plata. Mimeo (p.p. 123)

ROGERS, E.M.; EVELAND, J.D. & A.S. BEAN. 1976. **Extending the Agricultural Extension Model**. Stanford. School of Communication, Stanford University.

SACCO DOS ANJOS, F. S.; AGUILAR CRIADO, E.; VELLEDA CALDAS, N. **Estrategias de valorización de productos locales en España y Brasil**. Revista de Economía Agrícola Vol. 58 No. 1 pp. 23-39, 2011.

VELARDE, I. **Valorización de los recursos agroalimentarios locales como estrategia de desarrollo rural**: estudio de caso del vino de la costa de Berisso, Argentina. Tesis para optar al grado de Magíster en Estudios Sociales Agrarios - Flacso, Argentina, 2010.

VELARDE, I.; ABRAHAM A.G.; ZAVALA L.; IRAPORDA C.; PIERMARÍA J.; GARROTE G. L.; VOGET C. **Procesos de intervención para la innovación de alimentos con identidad territorial**: el caso de la "salsa puchero" en Berisso, Argentina. En CD de VI Congreso Internacional Sistemas Agroalimentarios Localizados, SIAL, 2013.

VIMO, Patricia y VELARDE, Irene (2015) “**Identidad territorial alimentaria: puesta en valor de símbolos y referencias identitarias de la quesería en Tandil como factor de desarrollo rural**.” En CD: IX Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales. Buenos Aires 3, 4, 5 y 6 de noviembre de 2015. UBA.