

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Joint marketing and community empowerment: a study of family farmers in Santiago del Estero (Argentina)

Comercialização conjunta e empoderamento comunitário: um estudo dos agricultores familiares em Santiago del Estero, Argentina

Cristian Emanuel Jara

Instituto de Estudios para el Desarrollo Social (INDES), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET) y Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE), Argentina.
cristianjara_cl@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9592-7751>

Lorena Linda Paola Sánchez

Instituto de Estudios para el Desarrollo Social (INDES), Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET) y Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE), Argentina.
losanchez1759@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0003-2145-6437>

DOI: <http://doi.org/10.15359/prne.23-46.8>

Fecha de recepción: 2/3/2025 • Fecha de aceptación: 21/5/2025 • Fecha de publicación: 15/11/2025

RESUMEN

Este artículo examina los modos en que las iniciativas de comercialización conjunta pueden contribuir a procesos de empoderamiento comunitario. En esta línea, se analizaron las condiciones que posibilitan la ruptura con situaciones de desempoderamiento, el reconocer la capacidad de agencia y las conquistas colectivas mediante la organización. A partir de un estudio de caso de agricultores familiares que se asociaron para

ABSTRACT

This article examines how joint marketing initiatives can contribute to processes of community empowerment. In this regard, we analyzed the conditions that enable breaking away from disempowerment, recognizing agency capacity, and achieving collective gains through organization. Based on a case study of family farmers who partnered to sell their products, five key dimensions were identified, illustrating how this associative



vender sus productos, se identifican cinco dimensiones clave que ilustran cómo dicha estrategia de venta asociativa puede contribuir significativamente a ampliar los márgenes de autonomía de los productores. Se destaca el papel de los recursos endógenos, la diversificación, la activación de las sinergias territoriales, la adopción de criterios de sustentabilidad y el diseño de una institucionalidad basada en la solidaridad. Este tipo de estudios no solo tiene el potencial de enriquecer los estudios sociales rurales, sino que también ofrece orientaciones valiosas para fortalecer modelos innovadores de desarrollo rural emergentes en el campo latinoamericano.

Palabras clave: agricultura familiar; desarrollo rural; comercialización; organización de agricultores; gestión comunitaria.

sales strategy can significantly expand producers' margins of autonomy. The role of endogenous resources, diversification, the activation of territorial synergies, the adoption of sustainability criteria, and the design of solidarity-based institutional frameworks are highlighted. This type of study not only has the potential to enrich rural social studies but also provides valuable guidance for strengthening innovative models of emerging rural development in Latin America.

Keywords: family farming; rural development; marketing; farmer organizations; community management.

RESUMO

Este artigo examina as maneiras pelas quais as iniciativas de comercialização conjunta podem contribuir para os processos de empoderamento comunitário. Nesse sentido, foram analisadas as condições que possibilitam romper com situações de desempoderamento, reconhecer a capacidade de agência e as conquistas coletivas por meio da organização. Com base em um estudo de caso de agricultores familiares que se associaram para vender seus produtos, são identificadas cinco dimensões principais que ilustram como essa estratégia de venda associativa pode contribuir significativamente

para ampliar as margens de autonomia dos produtores. Destacam-se o papel dos recursos endógenos, a diversificação, a ativação de sinergias territoriais, a adoção de critérios de sustentabilidade e a criação de uma estrutura institucional baseada na solidariedade. Esses estudos não apenas têm o potencial de enriquecer os estudos sociais rurais, mas também oferecem orientações valiosas para o fortalecimento de modelos inovadores de desenvolvimento rural emergentes no campo latino-americano.

Palavras-chave: agricultura familiar; desenvolvimento rural; comercialização; organização de agricultores; gestão comunitária.

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

INTRODUCCIÓN

Existe una vasta bibliografía que ha estudiado las desventajas que significan los mercados concentrados para los grupos de agricultores familiares (Caracciolo, 2016; Craviotti y Soleno, 2015; Fernández, 2024; Sánchez-Galán, 2020). Uno de esos inconvenientes es el poder de negociación desigual, pues las grandes empresas suelen tener el poder de fijar precios, al pagar poco a los pequeños productores. Asimismo, los agricultores familiares pueden enfrentar barreras para acceder a los mercados, como requisitos de calidad y volumen, que no pueden cumplir o suelen verse obligados a depender de intermediarios, y esto reduce su margen de ganancia (García, 2017). Otra desventaja es la erosión de la diversidad productiva, ya que la presión para producir en grandes volúmenes puede llevar a la adopción de monocultivos, a disminuir la agrobiodiversidad y a propiciar el desplazamiento de cultivos locales en favor de variedades más rentables (Miranda *et al.*, 2024).

Como respuesta a este tipo de problemas, los agricultores familiares han desarrollado una diversidad de estrategias alternativas de comercialización a los mercados hegemónicos en búsqueda de superar los procesos de marginación y mejorar sus condiciones de vida (Feito, 2020; Urcola y Nogueira, 2020). Algunas modalidades son las ferias, los bolsones de verduras y frutas que se venden de forma virtual,¹ los almacenes campesinos y la venta en la propia finca.

Por lo general, los estudios sobre las estrategias de comercialización alternativa han destacado la importancia de los circuitos cortos que buscan un vínculo más directo entre productor-consumidor (Van der Ploeg *et al.*, 2023). Otras investigaciones se han focalizado en la relación entre estas modalidades de venta con ciertas lógicas productivas del sector, tales como la intensificación de la mano de obra familiar y el agregado de valor al producto primario (Rodríguez Sperat *et al.*, 2015; Viteri *et al.*, 2019). Sin embargo, se torna necesario profundizar sobre aquellos aspectos políticos que resultarían clave en la continuidad y el fortalecimiento de estas experiencias de comercialización emergentes.

Este artículo tiene un anclaje empírico en el noroeste de Argentina, precisamente en la provincia de Santiago del Estero, donde el 80 % de la

1 Este sistema tiene la ventaja de que no presenta limitaciones relacionadas con el espacio físico de la venta o la necesidad de disponer de un puesto para ofrecer el producto. Los bolsones se volvieron muy importantes durante la pandemia del COVID (Alcántara Hernández *et al.*, 2021; Infante y Paz, 2023).

estructura agraria (aproximadamente 14.000 unidades productivas) está conformada por la agricultura familiar. Se trata de una región semiárida, que, en las últimas décadas, ha experimentado una fuerte expansión de la frontera agropecuaria, lo cual ha ocasionado serios conflictos territoriales y ambientales, ligados a procesos de desalojo de comunidades campesinas e indígenas (de Dios, 2012; Jara y Paz, 2022). Estas poblaciones, lejos de asumir una actitud pasiva, han desplegado diferentes estrategias de resistencia, no solo para la defensa de sus territorios, sino que también desarrollaron innovadoras formas de organización. Un caso paradigmático es Monte en Red, que surgió en el año 2016 y está integrada por aproximadamente 25 familias campesinas.

En un contexto nacional adverso, marcado por el deterioro de la macroeconomía (especialmente la creciente inflación y devaluación), la pandemia del Covid-19 y los recortes de políticas públicas de apoyo al sector, la experiencia de Monte en Red se desarrolla como una respuesta frente a la exclusión de las poblaciones rurales. Esta iniciativa de comercialización es resultado del trabajo articulado de una red construida por productores, agentes estatales, actores religiosos y consumidores urbanos. Algunos de los aspectos a señalar permiten distinguir a Monte en Red de otras experiencias similares de comercialización alternativa es su capacidad para sostenerse en el tiempo, pese a haber transitados coyunturas adversas. Si bien en un primer momento el apoyo técnico de las agencias gubernamentales fue clave, con el tiempo lograron diversificar sus alianzas y construir una red más amplia para innovar en las formas de distribución y comunicación. Al centralizar y gestionar, de forma conjunta, la comercialización, estos circuitos contribuyen al empoderamiento, en contraste con la fragmentación de la venta individual tradicional. Los aprendizajes del grupo, adquiridos en experiencias organizativas previas, fueron claves en el emprendimiento colectivo.

El objetivo del artículo es analizar cómo las iniciativas de comercialización de Monte en Red han potenciado los procesos de empoderamiento comunitario, al indagar sobre los obstáculos que enfrentaron, el reconocimiento de su capacidad de agencia, el proceso organizativo y las conquistas obtenidas. Siguiendo a Calvès (2009), se hace un uso crítico del término empoderamiento. Desde la década de 1970, dicho concepto tomó sentido emancipador, ligado a luchas de sectores subalternos. Luego, en los años noventa, esta palabra pasó a integrar la retórica neoliberal de los organismos internacionales, al asumir

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 International License.
Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

una perspectiva más individualista y conservadora. Sin embargo, en los últimos años la economía social se reapropió y recuperó el potencial analítico y la intencionalidad política original del término (Hoinle *et al.*, 2013).

En esta dirección, la venta conjunta puede ser *leída políticamente*, pues no solo se busca mejorar los términos de los intercambios y aumentar los ingresos económicos, sino que también sería una herramienta de resistencia y transformación para ampliar la autonomía de los productores (Van der Ploeg *et al.*, 2023).

La estructura del artículo es la siguiente: en primer lugar, se presentan algunas precisiones conceptuales y luego se describe la estrategia metodológica. En el siguiente apartado se analiza la experiencia de Monte en Red y, finalmente, se exponen las conclusiones, donde se discuten las limitaciones, oportunidades y posibilidades emergentes de la experiencia analizada.

REFERENCIAS CONCEPTUALES: PROCESOS DE EMPODERAMIENTO A TRAVÉS DE INICIATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN ALTERNATIVAS

En el marco de las diversas formas alternativas que desarrolla la agricultura familiar, la comercialización conjunta es una modalidad de venta en la cual los productores se unen para potenciar su inserción en mercados diversos. Esta estrategia puede abarcar desde la coordinación en la producción hasta la gestión conjunta de la comercialización. De esta manera, se intenta fortalecer la posición del grupo de agricultores, evitar la dependencia de intermediarios, lograr una mayor escala de ventas, reducir costos y promover la distribución más equitativa de los ingresos (Craviotti, 2023; Fernández, 2024).²

Desde esta perspectiva conceptual, los circuitos alternativos de comercialización se consideran como construcciones sociales y culturales, en contraposición a la idea del mercado como un sistema abstracto o autónomo (Van der Ploeg *et al.*, 2023). Este enfoque reconoce que los mercados están constituidos mediante redes sociales y valores que sustentan esas relaciones.

2 La venta conjunta comparte algunas lógicas y objetivos con los circuitos cortos y de proximidad, como ser la reducción de intermediarios y la colaboración entre productores, pero también puede abarcar otros vínculos que no depende exclusivamente de la cercanía física, como las ventas digitales directas entre productor y consumidor.

En esta dirección, emergen como proyectos diferenciados respecto a las lógicas del mercado hegemónico, el cual se basa en la acumulación ilimitada, la competencia y la concentración de beneficios. En cambio, esos circuitos proponen un modelo basado en relaciones de confianza, reciprocidad, sostenibilidad y justicia social. Por consiguiente, en lugar de priorizar la maximización de ganancia, la escala y la homologación, se valorizan aspectos cualitativos como la calidad y la construcción de autonomía, y se promueven nuevas capacidades de agencia.

Siguiendo con los conceptos claves del presente trabajo, otra concepción a desarrollar es el de empoderamiento, este término se encuentra estrechamente vinculado con el concepto de *poder*, el cual ha sido muy discutido tanto en la filosofía política como en las ciencias sociales (Hoinle *et al.*, 2013). En este trabajo se tomarán dos enfoques teóricos principales sobre el poder. Por un lado, se va a entender al poder como una relación social; por otro, como un proceso. En la primera acepción, el poder puede aludir tanto a las estrategias de control o dominación, como a la construcción de vínculos que implican asociarse con otros para resistir y emanciparse (Dussel, 2006). Por su parte, la noción procesual del poder resulta clave para entender cómo se configuran y transforman las relaciones de dominación/resistencia.

Desde esta perspectiva, el poder se entiende como un proceso dinámico, no como algo fijo o estático (León, 2002). Por consiguiente, las dinámicas de empoderamiento y des-empoderamiento revelan las formas en que los sujetos adquieren o pierden control, recursos o influencia, ampliando o restringiendo así sus oportunidades de acción. Como se mencionó en líneas anteriores, la noción de empoderamiento se remonta a la década de 1970, cuando el término se difundió entre grupos de profesionales que trabajaban en proyectos de intervención o de asistencia a comunidades marginalizadas (como afrodescendientes y diversidades sexuales). En este contexto, las primeras teorías sobre el empoderamiento estaban ligadas a una visión en donde prevalecía el punto de vista de los sectores oprimidos y de su capacidad para transformar su realidad (Calvés, 2009).

En la década de 1980, teóricas feministas del sur global retomaron el concepto de empoderamiento (León, 2002). Alejándose de las políticas implementadas desde enfoques verticales, este enfoque destacaba que las organizaciones de base podían funcionar como catalizadoras de las voces de las mujeres y como motoras de las transformaciones estructurales.

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
 Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

En los años noventa, organismos internacionales, como el Banco Mundial, se apropiaron de ese término y lo asociaron al carácter individual de los logros económicos. De este modo, el concepto dejó de hacer énfasis en la lucha contra la opresión y su vinculación a la solidaridad de los sectores oprimidos, al invisibilizar los conflictos y las desigualdades sociales (Parpart, 2002).

Sin embargo, existe un conjunto de estudios que tratan de recuperar el sentido original del concepto de empoderamiento para analizar procesos emergentes en el sur global. En otras palabras, para abordar experiencias incipientes o en construcción, que, con sus limitaciones y contradicciones, podrían ser “brotes o semillas” hacia modelos de desarrollo rural más inclusivos y sustentables (De Sousa Santos y Rodríguez, 2011; Schneider y Menezes, 2014).

Siguiendo a Hoinle *et al.* (2013), este artículo identifica cuatro expresiones del poder: (a) *poder sobre* (en el sentido controlador), (b) *poder interior* (proceso de generar conciencia sobre las propias capacidades y causas de la opresión), (c) *poder con* (poder colectivo de un grupo) y (d) *poder para* (capacidad para alcanzar ciertos objetivos).

A partir de estas referencias conceptuales, la articulación teórico-metodológica de esta investigación desafía a las personas investigadoras a no descuidar, pero sí trascender la esfera individual y examinar lo que sucede a nivel colectivo. A continuación, se describen aspectos de la metodología empleada para responder a la interrogante: ¿de qué manera las estrategias de comercialización conjunta pueden aportar al empoderamiento de una comunidad?

ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Esta investigación adoptó un enfoque cualitativo, pues no solo se trata de caracterizar cómo se desarrolla una experiencia, sino también comprender cómo los sectores protagonistas viven, sienten e imaginan dichos procesos (Yuni y Urbano, 2006). El enfoque cualitativo ofreció la flexibilidad de adaptar el diseño metodológico a nuevos conocimientos adquiridos durante el trabajo de campo. Se realizó un estudio de caso sobre Monte en Red. Una de las ventajas del estudio de caso es que permite un conocimiento holístico e intensivo de experiencias concretas para avanzar en la construcción de la teoría (Neiman y Quaranta, 2006).

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

Para la recolección de datos, se empleó una combinación de técnicas. En primer lugar, se aplicaron entrevistas en profundidad en el periodo 2022-2024. Para eso, se construyó una muestra intensional que inició con cinco entrevistas a los tres referentes (una por cada localidad)³ y a las dos técnicas extensionistas que acompañan el proceso (ambas vinculadas a los programas estatales de desarrollo rural). Posteriormente, mediante la técnica de “la bola de nieve”,⁴ se amplió el número de entrevistas a otros siete integrantes de la red (cinco productores y dos religiosas), lo cual da un total de doce entrevistas. El criterio utilizado para finalizar la etapa de entrevistas fue la saturación muestral.⁵

Los temas tratados en las entrevistas fueron sobre las percepciones de carencia antes de conformarse la red (*poder sobre*), tales como las dificultades que tenían para producir y vender antes de organizarse. Además, se consultó sobre los cambios en sus propios reconocimientos y valoraciones de las prácticas, saberes y capacidades propias que permitieron quebrar con la sensación habitual de impotencia (*poder interior*).

Asimismo, se indagó sobre la identificación de aliados, la participación de los socios en las comisiones, la división interna de responsabilidades y la forma de gestionar los conflictos o desacuerdos internos (*poder con*). Finalmente, las entrevistas permitieron la reconstrucción de la agenda que los convocó, reflexionar sobre la continuidad y discontinuidad de los propósitos que los motivó a unirse (*poder para*).

De forma complementaria, se empleó la técnica de la observación participante, la cual consistió en asistir a las reuniones de la red, previa invitación y consentimiento del grupo. Esto permitió aproximarse a aspectos tales como la agenda y modalidades de trabajo conjunto. Para ello se utilizó un cuaderno de campo, donde se tomaron notas de esas dinámicas organizativas. En este nivel fue importante llevar un doble registro, tanto de las expresiones textuales de los sujetos estudiados, como de los comentarios

-
- 3 Las 25 familias de Monte en Red son oriundas de tres localidades: San Francisco, Invernada Sur y Machajuy Huanchina. Todas ellas pertenecen al Departamento Figueroa, una jurisdicción que se ubica en el norte de la provincia de Santiago del Estero.
 - 4 Esta técnica de muestreo permite identificar y reclutar nuevas personas participantes a través de referencias de quienes fueron entrevistadas inicialmente. Ellas son quienes recomiendan establecer vínculos con otras personas que también podrían ser relevantes para la investigación.
 - 5 El criterio de saturación muestral es un concepto utilizado en investigaciones cualitativas para determinar el momento en que se ha recopilado suficiente información sobre un tema específico. Es decir, cuando la recolección de datos adicionales ya no proporciona nueva información relevante sobre el fenómeno estudiado.

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



y las interpretaciones realizadas por las personas autoras de lo observado en el campo.⁶

Es importante señalar que los vínculos de confianza de las personas autoras de este artículo con el grupo se construyeron de manera gradual. Conforme avanzaba la investigación, se realizaron distintas actividades de colaboración; por ejemplo, se ayudó con el registro y sistematización de actividades, el transporte de productos del campo a la ciudad y se gestionó la participación de productores en espacios formativos en la universidad.

El análisis de los datos se llevó a cabo mediante el uso de una matriz construida a partir de las cuatro dimensiones del empoderamiento comunitario que se perfiló en el marco teórico-metodológico. Esta herramienta permitió organizar y sintetizar la información proveniente del trabajo de campo. A su vez, se pudo reconocer temas recurrentes, visiones contrapuestas o complementarias. Seguidamente, se presentan los resultados de la investigación.

LA EXPERIENCIA DE MONTE EN RED

En un contexto nacional marcado por el retorno de las políticas neoliberales durante la presidencia de Mauricio Macri (2015-2019), Monte en Red se conformó en el 2016 para hacer frente a los problemas que han afectado históricamente a la agricultura campesina indígena, tales como la defensa de sus territorios, la generación de empleo en las localidades para evitar el desarraigo y mejorar las condiciones de producción y comercialización de los productos agropecuarios.

La trayectoria de Monte en Red será examinada en cuatro subapartados. En el primero se analizan las situaciones de desempoderamiento (*poder sobre*), donde se abordan los históricos problemas de agua, tierra, infraestructura y empleo que actuaron como limitantes para el desarrollo de las potencialidades productivas y comerciales de estos pequeños productores del semiárido del noroeste argentino.

6 Para este aspecto se tiene en cuenta la doble hermenéutica que atraviesa a los estudios sociales. La primera se refiere a la interpretación que hacen los individuos de su propia realidad social; es decir cómo las personas comprenden y dan sentido a sus experiencias y acciones en el mundo. La segunda es la interpretación que hace el investigador sobre las interpretaciones de los sujetos que estudia. Esto fomentando una mayor reflexividad sobre los posibles sesgos y alcances de las conclusiones.

En segundo lugar, se estudia la construcción del *poder interior*. Esto comprende instancias de problematización y ruptura con el orden establecido. En otras palabras, son aquellos momentos en los cuales el grupo logra auto-reconocer su capacidad de agencia para modificar una realidad desfavorable y mejorar sus condiciones de vida en el marco de la organización.

En el tercer subapartado, referido al *poder con* otras personas, se examina la puesta en marcha del repertorio de acciones para enfrentar problemas comunes y buscar soluciones de manera conjunta. En este proceso, la articulación con otras instituciones, organizaciones y actores permite concretar los objetivos del grupo. En dichas instancias se generan o consolidan lazos de solidaridad hacia dentro y hacia fuera de la organización.

Por último, se hace referencia al *poder para*, donde es posible identificar cómo los grupos van identificando necesidades e intereses que se traducen en proyectos colectivos de diferentes alcances. Esto va a ser posible conforme los sectores desempoderados rompen el aislamiento, aunando fuerzas para iniciar una transformación de sus condiciones de vida. Como se puede inferir, esta disección en cuatro partes es solo para fines analíticos, pues en la realidad están entrelazados y son interdependientes, no pueden comprenderse de forma aislada.

Situación de desempoderamiento

Este apartado se focaliza en aquellas percepciones y situaciones de sufrimiento e impotencia que requirieron un proceso de problematización y concientización para poder desnaturalizarlos y afrontarlos. En un contexto de desempoderamiento, las desigualdades se presentan como algo dado o natural. En efecto, los sujetos se mantienen aislados y tienen dificultades para reconocerse como sujetos capaces de generar transformaciones (Kleba y Wendausen, 2009).

Históricamente, las familias de Monte en Red se han visto afectadas por el acceso inequitativo a la tierra,⁷ el déficit hídrico (Jara *et al.*, 2016) y de la falta de empleo a nivel local (Quaranta, 2021). Esto llevó a que muchas personas migren (temporalmente o no) a otras provincias en búsqueda de

7 Como el resto de América Latina, Santiago del Estero tiene una estructura agraria bimodal. Según el Censo Nacional Agropecuario (CNA) del 2018, el 88,2 % de las explotaciones con límites definidos tenía el 16,7 % de la tierra, mientras que el 11,8 % de las explotaciones con límites definidos concentraba el 83,3 % de la tierra.

mejores oportunidades. Previo al proceso organizativo de estas familias, que comienza en el periodo 1980-1990, las personas entrevistadas comentan las limitaciones que generaba la falta de obras para el acceso y conservación del agua:

Nos manejábamos como podíamos y con lo que contábamos, cuando se rompió el dique, el agua no llegaba a nuestros cercos. Nosotros íbamos y hacíamos taponos, pero igual esto no aguantaba mucho por la presión del agua. Recuerdo que teníamos que llevar el agua en tachos, en bicicletas o en carretillas. Todo era muy difícil y sacrificado para nosotros (Oscar, integrante de Monte en Red, comunicación personal 30 de septiembre del 2023).

En lo concerniente a las dificultades de comercialización de los cultivos que tradicionalmente ha producido el campesinado de esta zona semiárida, resulta muy significativo el caso del algodón, cuyos precios suele ser volátiles debido a factores como la oferta y la demanda global, las políticas gubernamentales y las fluctuaciones en los precios de otros productos relacionados:

Antiguamente, nosotros trabajábamos con el algodón y con eso nos manteníamos. En agosto se sembraba y se cosechaba en febrero. Para la época de los carnavales ya había algodón. Pero después de los años 70 fue difícil producir por la sequía, la inundación y por las plagas. Además, faltaba asistencia técnica (Oscar, integrante de Monte en Red, comunicación personal 30 de septiembre del 2023).

En el marco de las entrevistas, los sujetos señalan que la falta de acceso al financiamiento y a las variaciones en las condiciones climáticas (como sequías, inundaciones o tormentas con granizo) ha provocado constantemente daños a los cultivos o reducido los rendimientos. Asimismo, consideran que la falta de capacitación, tanto en aspectos productivos como organizativos, también ha sido un problema importante. Otro aspecto clave de las situaciones de desempoderamiento se vincula a los abusos de los intermediarios: “Venían con sus camiones para sacar el algodón y llevarlo para las fábricas. A pesar que nos pagaban muy poco, no nos quedaba otra que cambiar nuestra cosecha por mercadería o por semillas para la próxima siembra” (Oscar, integrante de Monte en Red. Comunicación personal, 30 de septiembre del 2023).

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

Para abordar estos problemas, el campesinado ha tenido que organizarse y disputar el acceso a políticas y programas que apoyen las mejoras tanto a nivel productivo como comercial mediante la adopción de prácticas agrícolas y forestales sostenibles. A su vez, se hizo necesario implementar nuevas estrategias de comercio justo y solidario que brinden a los sectores agrícolas campesinos un trato más equitativo en los mercados.

Desarrollar el poder interior

El poder interior se refiere a la progresiva toma de conciencia crítica que actúa como fuente de posibilidades para las acciones colectivas, las cuales buscan superar las situaciones de marginalidad que atraviesan determinados grupos. La necesidad de romper el aislamiento y actuar de forma organizada para resolver problemas comunes, lejos estuvo de ser un proceso lineal y progresivo en Monte en Red, ocurrió en medio de marchas y contramarchas.

El proceso organizativo se originó en la década de 1980, cuando avanzaban las políticas neoliberales y el retiro del apoyo del Estado a la agricultura familiar. En este escenario, uno de los factores que propició el encuentro entre vecinos para enfrentar problemas comunes y desarrollar una mayor conciencia sobre las potencialidades del sector fue en el marco del acompañamiento del párroco de la zona. En un principio, los encuentros eran motivados por temas religiosos (tales como la preparación de la catequesis y las fiestas patronales), pero luego se avanzó a otros aspectos referidos al desarrollo comunitario; por ejemplo, la construcción de almacenamiento de agua, mejoras tecnológicas y adquisición de maquinarias. Esto también contó con el apoyo de algunos técnicos extensionistas de organizaciones no gubernamentales y agencias estatales de desarrollo rural: “El padre Sergio y los técnicos que llegaron a la zona nos decían que, si queríamos solucionar los problemas, debíamos unirnos y trabajar como grupo” (Lorena, integrante de Monte en Red, comunicación personal, 10 de septiembre del 2022).

A mediados de 1980, se conformaron las Comisiones Unidas de Pequeños Productores de Figueroa (CUPPAF), las cuales permitieron poner en marcha distintos proyectos relacionados con la producción y comercialización de ganado caprino, el mejoramiento de los suelos de cultivo y el aprovechamiento del bosque. Sin embargo, conforme avanzaban los recortes presupuestarios del Estado Nacional en la década de 1990, el proceso

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

organizativo se debilitó en gran medida, pues dichas iniciativas no habían alcanzado la autonomía suficiente de los recursos estatales:

Quienes no resultaron beneficiarios fueron perdiendo interés en participar. Otra de las dificultades que tuvo que afrontar la organización fue la falta de acompañamiento gubernamental en momentos de la caída de los precios del algodón en los noventa, ya que muchos no pudieron seguir pagando los créditos de las maquinarias que obtuvieron, provocando la pérdida de las mismas y desapareciendo la forma jurídica de Cooperativa (Adiberto, extensionista, comunicación personal, 02 de junio del 2023).

A pesar de los inconvenientes que tuvieron durante el proceso organizativo, las personas integrantes de Monte en Red hacen un balance positivo de aquella experiencia. En los relatos se destacan los aprendizajes del trabajo colaborativo y la toma de conciencia de derechos.

En la CUPPAF aprendimos mucho, nos daban cursos de secretariado, de cómo debíamos escribir las actas en los libros cada vez que había reunión. Antes no sabía escribir, me daba vergüenza porque no sabía que es lo que tenía que decir. Luego, con las capacitaciones que nos daban en la CUPPAF, aprendí hacer notas, solicitudes, participar en las reuniones, dar mi punto de vista (Miriam, integrante de Monte en Red, comunicación personal, 15 de septiembre del 2022).

Por otra parte, el rol de la CUPPAF no solo se planteó como objetivo la disputa de recursos estatales para mejoras prediales, sino que también asumió un papel activo en la relación de la lucha por la tierra. En esta dirección, la organización participó de diferentes protestas contra los desalojos y la defensa de los derechos del campesinado en toda la provincia:

Cuando fue el conflicto de la Simona,⁸ la CUPPAF envió una delegación de compañeros a ayudar. En ese tiempo ya estaba en marcha el MOCASE en los Juríes. Ellos se sumaron a las asambleas, a las manifestaciones y cortes de ruta que se hacía, junto a los sacerdotes, los técnicos y las familias. No solamente

8 El conflicto de tierra ocurrido en el paraje La Simona (Sudeste de Santiago del Estero) en 1998 es emblemático porque refleja las tensiones entre un grupo de campesinos que resisten a ser desalojados por parte de una empresa (Suárez, 2022). En su momento, este conflicto ganó visibilidad internacional. Las familias conformaron una amplia red de apoyo con artistas, intelectuales, medios de comunicación alternativos y otras organizaciones urbanas. Las personas pobladoras decidieron instalar la carpa negra, construida con postes y plástico negro, estos toldos improvisados recogían la experiencia de la coetánea carpa blanca de las personas docentes, emblema de la resistencia contra el menemismo en los años noventa.

se brindaba apoyo, sino también hacíamos nuestro el problema, porque para nosotros también la tierra es nuestro medio de vida (Miriam, integrante de Monte en Red, comunicación personal, 15 de septiembre del 2022).

Esta mirada retroactiva que comparten las personas integrantes de Monte en Red advierte de la complejidad del itinerario que siguen los procesos organizativos. De igual forma, invita a no sacar conclusiones apresuradas sobre el “éxito” o el “fracaso” (mensurable exclusivamente en términos materiales o tangibles). Por lo general, se observan procesos de descomposición y recomposición de grupo, donde los aciertos y errores colectivos conforman el acervo de conocimiento que está latente y se activa en diferentes coyunturas. En esta trayectoria previa de salir del aislamiento e intentar organizarse, pudieron reconocer su capacidad para actuar en defensa de sus intereses comunes. Conocer sus derechos ayudó a las comunidades a defender sus tierras y el bosque nativo, frente a amenazas externas del agronegocio que avanzaba sobre su territorio.

De este modo, el desarrollo del poder interior consistió en un proceso que implica fortalecer y cultivar las habilidades organizativas, capacidades y recursos internos de los agricultores para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades. De este modo, el poder interior se expresa en una fuerza endógena, basada en la confianza y la resiliencia.

Construir poder en comunidad

En este apartado se indagan aquellos factores que convergieron para el desarrollo de un sentido de pertenencia y responsabilidad compartida en una organización donde se construye un “nosotros” (Silva y Martínez, 2004). Esa organización constituye la base para la actuación y participación de las personas, pues facilita la gestión de conflictos internos y posibilita la distribución de responsabilidades (Kleba y Wendausen, 2009).

A partir de la ejecución de diferentes proyectos de fomento comunitario, los tres grupos que integran Monte en Red fueron conformando un equipo de infraestructura y maquinarias de uso común: dos molinos para harinas, un esterilizador, dos desfibradoras de chaguar, un extractor de miel, herramientas de carpintería, un secador solar y dos balanzas. Todos estos artículos son de uso rotativo entre las tres localidades. También la organización cuenta con salones para el procesamiento y almacenamiento de sus productos.

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
 Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

Con el propósito de gestionar aquellos bienes de uso comunitario, se construyeron reglamentos para su uso compartido. Asimismo, se establecieron reglas sobre los procedimientos para elaborar ciertos productos con el fin de garantizar calidad, tales como harinas del monte (algarroba blanca, algarroba negra, vinal) y harina de maíz (Erro Velázquez *et al.*, 2020). En un fragmento de la entrevista a una dirigente de la organización se puede apreciar la importancia que le atribuyen el haber podido sistematizar estos consensos:

El reglamento es importante porque allí se plasman los acuerdos a los que llegamos en función de nuestra experiencia. También dejamos sentado el compromiso mutuo en la elaboración en tiempo y forma. Garantizar calidad es primordial. Estos son los pilares que sustenta el reglamento (Lorena, integrante de Monte en Red, Comunicación personal, 10 de septiembre del 2022).

La estrategia organizativa para mantener la venta constante fue conformar una Comisión Comercializadora⁹ integrada por tres representantes que corresponden a los parajes que conforman la Red. En la actualidad, uno de los desafíos a nivel de organización es consolidar las estrategias de comunicación con los medios digitales. Sin embargo, dicho proceso se dificulta por la escasa conectividad en la zona.

Otro aspecto clave de la construcción de poder se refiere a las alianzas con otros actores e instituciones. En el caso de Monte en Red, las familias recibieron acompañamiento del Pro-Huerta,¹⁰ orientado a la ejecución de obras y la adquisición de maquinarias para poder agregar valor a su producción y fortalecer los circuitos cortos de comercialización. Posteriormente, Monte en Red articuló con el proyecto Vivir y producir en el Monte Chaqueño del Programa EUROCLIMA+. ¹¹

9 En la comisión comercializadora se discuten y se deciden en conjunto aspectos que hacen a la elaboración tales como: el control de calidad previo a la comercialización ya sea a nivel local o extra local, el registro de producción y de ventas, el acopio de los productos para la venta y la distribución del dinero a cada familia productora. Asimismo, en este espacio se fijan los precios, la forma de presentación de los productos y la rotación de la maquinaria (Erro Velázquez *et al.*, 2020).

10 El Pro Huerta fue formulado por el INTA a principios de 1990 en un contexto en el cual el país atravesaba una crisis hiperinflacionaria, agravando el acceso a los alimentos por parte de los sectores más frágiles de la población. En este escenario, el Pro Huerta estuvo dirigido a la población en situación de pobreza al promover una dieta equilibrada y diversificada mediante la autoproducción de alimentos frescos en pequeñas escalas por parte de las personas destinatarias.

11 Este proyecto se propuso incrementar los conocimientos y competencia de los actores locales en el manejo de sistemas innovadores de usos múltiples del bosque y sus beneficios ambientales y socioeconómicos

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Con base en lo expresado hasta aquí, se debe subrayar que las redes tejidas en los territorios juegan un papel muy importante en los procesos de desarrollo rural, pues facilitan la colaboración entre diferentes actores, al permitir el intercambio de conocimientos y experiencias:

Por intermedio de las técnicas nos vinculamos con otras experiencias similares, en donde venden lo que producen de forma conjunta. Mantenemos contacto con la experiencia del almacén campesino de Las Termas. Esto nos permite saber qué producen, cómo lo hacen y qué venden (Miriam, integrante de Monte en Red, comunicación personal, 15 de septiembre del 2022).

Como se vio a lo largo de la trayectoria del proceso organizativo analizado en este trabajo, el despliegue de redes ayudó a acceder a financiamiento y recursos técnicos. Esto impactó en el empoderamiento comunitario conforme fomentan la participación activa de las comunidades en la toma de decisiones, lo cual aumentó el sentido de pertenencia y responsabilidad. Además, facilitó el diseño de soluciones a problemas locales.

La activación del poder

Monte en Red comercializa una variedad de productos, los cuales se realizan con los insumos que proviene del bosque nativo y de las cosechas de los propios predios. Estas características hacen visible, al menos, dos de las principales potencialidades del estilo de producción de la agricultura familiar basado en el uso de recursos endógenos y la intensificación de la mano de obra familiar. Ambos se tratan de potencialidades presentes en las estrategias del sector en la búsqueda de reducir la dependencia de los insumos externos (Van der Ploeg *et al.*, 2023). En este sentido, la diversificación permitiría ampliar los márgenes de autonomía de los mercados concentrados, al generar entradas alternativas de dinero para la unidad doméstica.

Entre las principales ofertas de Monte en Red, se destaca la producción de harinas de los frutos del monte, como el algarrobo (*Prosopis alba*) y el vinal (*Prosopis ruscifolia*). Ambos se recolectan en el verano, luego viene la etapa del lavado, selección, secado y molienda de las vainas.¹² De forma complementaria a las harinas del monte, también se produce molienda de

12 Estas harinas del monte se utilizan para la elaboración de panificados y confituras, entre otros usos gastronómicos. Se usan para preparar postres típicos como el patay y el *bolanchao*.

granos que son cultivados por las familias campesinas en sus predios, tal es el caso de la harina de maíz, generalmente asociados al cultivo de cucurbitáceas.

También se vende miel y sus derivados (como propóleos, jalea real, polen y cera de abeja). La apicultura es una actividad muy extendida en la zona. Tradicionalmente se solía vender a acopiadores que pagaban precios muy bajos a los campesinos. Por esta razón, la organización apostó a dar valor agregado mediante el envasado, etiquetado y venta al por menor.

Por otra parte, cabe destacar los productos medicinales y de cosmética natural. Estos productos han sido usados tradicionalmente por las comunidades para prevenir y curar diferentes enfermedades, lo cual permite recuperar saberes locales en relación con el cuidado de la salud.

En cuanto a la producción de hilado, se suele elaborar a partir de la fibra del chaguar (*Bromelia urbaniana*), una planta que crece en el bosque que luego se tiñe con tintes naturales, como cáscaras, hojas y raíces.¹³ Asimismo, se produce hilo de lana de oveja, cuyo procesamiento se realiza completamente en el predio, con recursos propios y mano de obra familiar. Cabe aclarar que una parte de las familias se dedican a la producción de hilo de algodón ecológico. De este modo, se logró recuperar y poner en valor un saber ancestral de la economía campesina de Santiago del Estero, ligada al trabajo textil (Quaglia, y Pelegrín, 2000).

Finalmente, cabe mencionar la elaboración de productos artesanales de carpintería, decorativos y accesorios. Las personas artesanas de la zona se dedican a hacer pesebres, aros, collares, utensilios de cocina y pequeños muebles, aprovechando las ramas de la poda forestal que se encuentra en el monte. Por consiguiente, el trabajo artesanal expresa una conexión profunda entre el campesinado y su entorno natural, a partir de saberes que se transmiten de generación en generación y hacen a la identidad de la población de esta zona.

Como parte de su estrategia de venta, Monte en Red cuenta con perfiles en Facebook e Instagram donde se presentan los productos y se describe la manera en los que se elaboran. El catálogo de productos, logotipo y empaquetado fueron elaborados de manera participativa. Además, se elaboró un recetario que permite a los consumidores conocer potenciales usos de los productos ofrecidos. Por ende, se debe destacar de nuevo el papel de mediación que cumplen los técnicos entre los productores y los consumidores: “Para

13 El hilo de chaguar es ideal para la confección de lazos y tejidos rústicos.

nosotros es un gran alivio que ellos nos den una mano llevando a la ciudad los pedidos, porque estar viajando constantemente es mucho gasto que nosotros no podemos enfrentar” (Lorena, integrante de Monte en Red. Comunicación personal, 24 de febrero del 2023).

Otros canales de venta de Monte en Red son el envío de encomienda a clientes de grandes ciudades (como tiendas naturistas), la participación en ferias en eventos festivos locales,¹⁴ la venta en las propias fincas y en almacenes campesinos de otras organizaciones con las que se articula a nivel provincial (Gutiérrez *et al.*, 2021).

Es necesario aclarar que los productores se organizan para llevar el registro del *stock* de productos que cada familia entrega para ser vendido por Monte en Red. Luego, el 10 % de lo vendido se deja en un fondo común que tiene como fin comprar insumos (bolsas, etiquetas, impresiones, folletos). Los balances se hacen de manera mensual o bimestral. Allí también se discuten los criterios que se consideran para establecer los precios.¹⁵

Durante el trabajo de campo, se recopilaron testimonios que evidencian no solo mejoras en los ingresos económicos gracias a la venta conjunta, sino también un fortalecimiento de la autoestima entre los integrantes: “Es muy lindo que nos reconozcan por lo que hacemos y por las prácticas que llevamos adelante, por la lucha incansable que llevamos para proteger nuestro monte, nuestro medio de vida” (Miriam, Monte en Red, comunicación personal, 15 de septiembre del 2022).

En suma, cuando las personas miembros de un grupo trabajan en conjunto y van logrando resultados concretos o tangibles se crea una sinergia especial en el grupo. Esa dimensión intangible del empoderamiento se caracteriza no solo por el desarrollo de competencias complementarias al interior del grupo, sino también por la autovaloración positiva. En otras palabras, se produce un cambio en la autoconfianza y sus capacidades para transformar un orden de cosas.

14 La participación en este tipo de ferias resulta significativa por el valor de estas iniciativas que va más allá de lo comercial, pues también se relacionan e implican espacios de recreación, socialización, transmisión de creencias y saberes.

15 Por ejemplo, se tiene en cuenta los precios de productos similares que se ofrecen en otros puntos de venta como los almacenes campesinos o tiendas naturistas de la ciudad. Otro elemento que se toma en consideración es el valor de los insumos (bolsas, frascos, impresión y demás).

CONCLUSIONES

El artículo analizó cómo las iniciativas de venta conjunta se encuentran ligada a procesos de empoderamiento de la agricultura familiar. Los resultados permiten evidenciar que en estos proyectos no solo se intercambian bienes, sino que también se crean relaciones sociales que pueden fortalecer a las organizaciones. Es decir, el artículo hace una *lectura política de las iniciativas de comercialización* alternativas, al explorar las dinámicas de resistencia a la lógica excluyente del capitalismo.

En el análisis de la experiencia pudimos ver de qué modo las cuatro dimensiones del poder que se presentan en el marco teórico se manifiestan en la experiencia de Monte en Red. En cuanto al “poder sobre”, se abordó el proceso de desnaturalización de las condiciones de opresión y aislamiento, para desarrollar las capacidades de influir y controlar los términos de la comercialización. El “poder interior” se expresa en la construcción de autoconfianza de los productores en su capacidad de organización, en sus conocimientos y en su valor como agentes de cambio. La participación en la venta conjunta reforzó la autoestima y la percepción de control de sus vidas. El “poder con” se refleja en la colaboración entre productores, consumidores y organizaciones, que conformaron una red de apoyo. Por último, el “poder para” alude a la capacidad de los actores para innovar. La iniciativa impulsa un cambio de paradigma en la relación con el mercado, potenciando propuestas que priorizan la justicia social y ambiental. Estas expresiones del poder interactúan de forma dinámica, al crear un ciclo de empoderamiento que sustenta y legitima la iniciativa de comercialización conjunta como estrategia de resistencia y transformación social.

Lejos de asumir una perspectiva lineal o celebratoria, el artículo también examina tensiones y desafíos persistentes que a menudo se presentan en este tipo de experiencias. Entre ellas, se destacan eventuales dificultades en la coordinación, pues la gestión conjunta requiere tiempo, recursos y trabajo coordinado entre las personas participantes, lo cual puede traducirse en costos de oportunidad y en prácticas que, si no se gestionan adecuadamente, podrían disminuir la rentabilidad o generar desánimo entre los productores. Asimismo, la venta conjunta puede verse limitada en cuanto a la capacidad de mantener la oferta y diversificar las redes. Por otra parte, la necesidad de aumentar volumen puede entrar en conflicto con los principios de producción

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
 Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

artesanal y diferenciada, lo cual pone en riesgo la identidad de calidad que busca este tipo de iniciativas. Finalmente, se vio que el crecimiento de esos procesos ha requerido el apoyo estatal para sostenerse y expandirse. Por ende, la pérdida de este apoyo puede generar incertidumbre o limitar su continuidad.

Por otra parte, la presente investigación también permitió visibilizar cinco dimensiones claves que facilitan el promover mayores márgenes de autonomía en los agricultores familiares: el aprovechamiento de los recursos endógenos, la diversificación productiva, las sinergias en el territorio, la adopción de criterios de sustentabilidad y el diseño institucional basado en la solidaridad.

El aprovechamiento de *los recursos endógenos* incluye un conjunto de bienes tangibles e intangibles disponibles a escala local. Esta dimensión fue clave para abordar la importancia que tienen los insumos que provee el monte, el trabajo familiar, los saberes artesanales tradicionales, al reducir la dependencia de los recursos externos, cuyo acceso en países de alta inestabilidad política, como Argentina, es discontinuo y dependiente de las coyunturas.

Por su parte, *la diversificación* productiva tiene el potencial de ensanchar los márgenes de maniobras de los agricultores familiares para no depender de un solo ingreso (como sucedía en muchos casos con los productores algodoneros). Esto reduce los riesgos en la cosecha o fluctuaciones del mercado, permitiéndoles hacer frente a las incertidumbres y generar sostenibilidad.

Asimismo, la activación de *la sinergia en el territorio* permite que los actores puedan reducir costos de producción y distribución. En la experiencia de Monte en Red se pudo constatar que la colaboración y el uso de recursos compartidos (como infraestructura y tecnología) optimiza el trabajo de las familias. Por otra parte, la comercialización conjunta mejora las condiciones laborales fortaleciendo las economías locales al generar empleo a nivel local y evitar el desarraigo de muchos jóvenes.

La experiencia de Monte en Red evidencia el papel de las actividades productivas basada en el aprovechamiento del bosque a partir de *criterios de sustentabilidad*. Para eso, se está ejecutando un proyecto de reforestación de las especies arbóreas y se utilizan energías renovables (eólica, solar). De este modo, se intenta mantener un equilibrio entre criterios económicos, sociales y ambientales.

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
 Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

El caso estudiado también deja entrever la importancia del *diseño de una institucionalidad basada en la solidaridad*. Se construyeron acuerdos básicos sobre los objetivos, los modos de funcionamiento y la gestión de los conflictos internos. De este modo, se fomenta la cooperación, que es fundamental en la economía social.

El principal aporte de leer políticamente a las iniciativas de comercialización alternativa implica una reflexión crítica sobre su potencial transformador y sus conexiones con las luchas sociales más amplias. Esta forma de lectura cuestiona la visión tradicional de los mercados como entidades puramente económicas y autorreguladas (Van der Ploeg *et al.*, 2023). Preguntarse por su capacidad transformadora conlleva reconocer que estos pueden ser vehículos para el cambio social, no solo en términos de abastecimiento y consumo, sino como espacios para la organización comunitaria y la resistencia contra las inequidades del capitalismo. Esta lectura enfatiza la interconexión entre la economía y la política, argumentando que los modos de comercialización son *un campo de batalla en la lucha por la justicia social y ambiental*.

Finalmente, es importante señalar que la investigación de estos procesos no solo enriquece el conocimiento académico, sino que también ofrece valiosos insumos para el diseño de políticas y programas para la agricultura familiar. Comprender cómo se produce el empoderamiento en este tipo de iniciativas permite orientar acciones más efectivas en el ámbito del desarrollo rural.

REFERENCIAS

- Alcántara Hernández, J., Islas, C. y Figueroa Velázquez, G. (2021). Efectos de la Pandemia del COVID-19 en el Comportamiento del Consumidor Mexicano: Hábitos de Compra de la Canasta Básica. *European Scientific Journal*, 17(4), 165-181. <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/13970>
- Calvès, A. (2009). Empowerment: généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement. *Revue Tiers Monde*, 200(4), 735-717. <https://doi.org/10.3917/rtm.200.0735>
- Caracciolo, M. (2016). Soberanía alimentaria y mercados alternativos. *Programa en Economía Solidaria*. Buenos Aires: Centro de Estudios y Formación en Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de Gral. San Martín.

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.

Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

- Craviotti, C. y Soleno, R. (2015). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. *Mundo agrario*, 16(33), 00-00. <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv16n33a01/7126>
- Craviotti, C. (2023). Circuitos alimentarios alternativos: actores, dispositivos y vinculaciones alrededor de productos lácteos comercializados en el área metropolitana de Buenos Aires. *Revista Colombiana de Sociología*, 46(2), 79-103. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/recs/article/view/97436/88773>
- De Dios, R. (2012). Ordenamiento territorial e inclusión social en Santiago del Estero. *Realidad económica*, 268, 115-127. https://www.iade.org.ar/system/files/ediciones/realidad_economica_268.pdf
- De Sousa Santos, B. y Rodríguez, C. (2011). Para ampliar el canon de la producción. En de Sousa Santos, B. (comp.), *Producir para vivir: los caminos de la producción no capitalista* (pp. 15-61). México: Fondo de Cultura Económica.
- Dussel, E. (2006). *20 tesis de política*. México: Siglo XXI.
- Erro Velázquez, M., Ludueña, A. y Feuillade, D. (2020). Tejiendo redes en el Monte: organización, agregado de valor y comercialización en productos forestales no madereros. Ponencia presentada en el Congracha. Realizada entre el 12 y 13 noviembre en Santiago del Estero.
- Feito, M. C. (2020). Comercialización de la agricultura familiar para el desarrollo rural: feria de la Universidad Nacional de La Matanza. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 58(1), e187384. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2020.187384>
- Fernández, L. (2024). Explorando lo social en los mercados: Apuntes sobre la comercialización alternativa de alimentos. *Papeles de Trabajo*, 18 (33) 89-107. <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/244206>
- Fernández, L. (2024). Comercialización alimentaria alternativa: tipologías y debates emergente. En Craviotti, C.; Fernández, L. y García, M. (comps.), *Circuitos alimentarios alternativos: Actores sociales, prácticas y desafíos* (pp. 15-36). Buenos Aires: Editorial Biblos.
- García, A. (2017). Agricultura Familiar y Agroindustrias: subordinación productiva: Los casos de la citricultura y la fruticultura de Argentina (2003-2016). *Revista Redes*, 22 (2), 352-378. DOI: <https://seer.unisc.br/index.php/redes/article/view/8572>
- Gutiérrez M., Suárez V. y Villalba A. (2021). Producir y comercializar en pandemia: estrategias emergentes de los agricultores familiares en Santiago del Estero durante 2020. *Trabajo y sociedad*, 22(37), 13-30. <https://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/37%20DD%20%20Gutierrez,%20Suarez%20y%20Villalba.pdf>

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

- Hoinle, B., Rothfuss, R. y Gotto, D. (2013). Empoderamiento espacial de las mujeres mediante la Economía Solidaria. *Cuadernos de desarrollo rural*, 10(72), 117-139. <https://www.redalyc.org/pdf/117/11729823005.pdf>
- Infante, C. y Paz, R. (2023). Estilos agrícolas como prácticas vitales para la construcción de circuitos agroalimentarios alternativos en el contexto de la modernización. *Mundo agrario*, 24(55), 204-204. <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/mae204/17866>
- Jara, C. y Paz, R. (2022). The Agrarian Question and the Rural Development Paths in the Periphery of Argentina: Past and Present in the Territorialisation of Peasantry. En Santiago Del Estero en Ioris, A. y Fernandes, B. (ed.), *Agriculture, Environment and Development: International Perspectives on Water, Land and Politics* (pp. 141-158). Cham: Springer International Publishing.
- Jara C., Gutiérrez, M. y Hoffman, M. (2016). Resistir produciendo. Las luchas proactivas de las organizaciones de agricultores familiares en el departamento Figueroa (Santiago del Estero). *Espacio Abierto*, 25 (3), 291-310. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/22127/21844>
- Kleba, M. y Wendausen, A. (2009). Empoderamento: processo de fortalecimento dos sujeitos nos espaços de participação social e democratização política. *Saúde e sociedade*, 18(4), 733-743. <https://doi.org/10.1590/S0104-12902009000400016>
- León, M. (2002). El empoderamiento en la teoría y práctica del feminismo. *Acta sociológica*, (36), 59-83.
- Miranda, C., de Oliveira, R. y Cabral, J. (2024). *Uso de agrotóxicos na agricultura familiar em monocultivos e policultivos no sudoeste de goiás*. Curitiba: Editora CRV.
- Neiman, G. y Quaranta, G. (2006). Los estudios de caso en la investigación sociológica. En Vasilachis, I. (coord.), *Estrategias de investigación cualitativa*, 1, 213-237. Barcelona: Editorial Gedisa
- Parpart, J. (2002). Gender and Empowerment: New Thoughts, New Approaches. En Desai V. Potter R. (ed.), *The Companion to Development Studies* (pp. 338-341). Nueva York: Oxford University Press.
- Quaglia, G. y Pelegrín, M. (2000). *Tejiendo la vida: el arte textil tradicional en una experiencia de cambio, departamento San Martín, Santiago del Estero, Argentina*. Santiago del Estero: Ediciones Universidad Católica de Santiago del Estero
- Quaranta, G. (2021). Población, hogares y ocupaciones rurales frente al cambio social, Santiago del Estero, Argentina. *Inter disciplina*, 9(25), 19-49. <http://www.revistas.unam.mx/index.php/inter/article/view/79964>
- Rodríguez, R., Paz, R., Suárez, V. y Díaz, J. (2015). Construyendo mercados desde la propia finca. Tres experiencias en la agricultura familiar. *Revista Agrosur*, 43(1), 3-17. DOI:10.4206/agrosur.2015.v43n1-02

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.

- Sánchez-Galán, E. A. (2020). Pobreza rural y agricultura familiar: Reflexiones en el contexto de América Latina. *Revista Semilla del Este*, 1(1), 27-35. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/343/3431370008/3431370008.pdf>
- Schneider, S. y Menezes, M. (2014). Inovação e atores sociais. En Schneider, S. Menezes, A. Gomes da Silva, A. y Bezerra, I. (eds.), *Sementes e Brotos da Transição* (pp. 13-27). Porto Alegre, Brasil: Universidade Federal de Rio Grande do I.
- Silva, C. y Martínez, M. (2004). Empoderamiento: proceso, nivel y contexto. *Psykhé* 13(2), 29-39. <https://www.redalyc.org/pdf/967/96713203.pdf>
- Suárez, M. (2022). Reconfiguraciones identitarias en el MOCASE: Criterios de campesinidad y etnogénesis. *Cuestiones de Sociología*, 27, e147 <https://www.cuestionessociologia.fahce.unlp.edu.ar/article/view/cse147/16911>
- Urcola, M. y Nogueira, M. (2020). Producción, abastecimiento y consumo de alimentos en pandemia. El rol esencial de la agricultura familiar en la territorialidad urbano-rural en Argentina. *Eutopía: Revista de Desarrollo Económico Territorial*, (18), 29-48. <https://revistas.flacsoandes.edu.ec/eutopia/article/view/4629/3954>
- Van der Ploeg, J., Ye, J. y Schneider, S. (2023). Reading markets politically: on the transformability and relevance of peasant markets. *The Journal of Peasant Studies*, 50(5), 1852-1877. <https://doi.org/10.1080/03066150.2021.2020258>
- Viteri, M., Moricz, M. y Dumrauf, S. (2019). *Mercados: diversidad de prácticas comerciales y de consumo*. Buenos Aires: Ediciones INTA. https://www.revistaotraeconomia.org/files/bitstream/handle/11336/185640/conicet_digital_nro.21f28cda-f2a0-4bb8-a415-c94a040cc7c4_g-sequence-8-isallowed-y.pdf
- Yuni, J. y Urbano, C. (2006). *Técnicas para investigar: recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Córdoba: Editorial Brujas

Comercialización conjunta y empoderamiento comunitario: un estudio de los agricultores familiares de Santiago del Estero (Argentina)

Cristian Emanuel Jara, Lorena Linda Paola Sánchez



Revista Perspectivas Rurales by Universidad Nacional is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional License.
Creado a partir de la obra en <http://revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales>.