

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO)
Sede Académica Argentina
Maestría en Estudios Sociales Agrarios

Tesis para optar por el grado académico de Magíster en Estudios Sociales Agrarios.

Tesista: Juan José Garat

Tomate platense: ¿pasado o futuro? De *commodity* barato a producto diferenciado

Director: Guillermo Neiman

17 de marzo de 2019

AGRADECIMIENTOS

Después de tantos años y algunas rematriculaciones, son muchas las personas que acompañaron y ayudaron a que esta tesis fuera una realidad. Seguramente me olvido de alguien, pero sí me acuerdo de Mario Vega, con quien empezamos hace muchos años a juntar semillitas; del director –*¿mi* director se dice?- Guillermo Neiman, por su paciencia y larga espera; de mis compañeros de la cátedra de Extensión Rural, Dardo, Irene, Jeremías, Daniel, Patricio, Ana y Cintia, porque viejas discusiones fueron fuente de creatividad y reflexión y por supuesto de Bettina, que ya no está pero de la que sigo aprendiendo; Adriana Ahumada y Gerónimo Raimundi fueron asimismo parte de esa parte. También de los alumnx que pasaron y no se quedaron, pero que me hicieron revisar y recalcular; de Guillermo Hang que creyó y acompañó. De los productores del Grupo de Productores Tomate Platense, Susana, Isabel, Aníbal, Azucena, Miguel, de los que fueron parte del grupo y a todos los productores de tomate platense y del otro, porque acompañaron cada una de las acciones de esta idea y sirvieron para comprender esa realidad. Y de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la UNLP, y a la Universidad Nacional de La Plata, públicas y gratuitas, porque me dejaron hacer.

Y no puedo dejar de dedicarla, que para los cuales también es un agradecimiento... a mis hijos Helena, Iñaki y Maite, que son más que mis amores; a las mamás de mis hijos Graciela y Mariela con quienes empecé y caso termino este trabajo; a mis hermanos Carlos, Elvira, Rubén y Laura –y sus descendientes- y por supuesto al Club Gimnasia y Esgrima de La Plata.

INDICE

INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO I. EL TOMATE PLATENSE COMO PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA TÍPICA	8
I.1 De la modernización agraria al <i>agrobusiness</i>	8
I.2 El desarrollo y el sector agroalimentario	10
I.3 El consumo y los consumidores	12
I.4 Los Sistemas Agroalimentarios Localizados	17
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA Y OBJETIVOS	25
II.1 El “estudio de caso” del tomate platense	25
II.2 La aplicación de investigación-acción participativa	26
III.3 Objetivos de la investigación	27
CAPÍTULO III. EL TOMATE Y EL TOMATE PLATENSE	29
III.1 Características de la planta y su cultivo	29
III.2 Origen y recorrido histórico del tomate	31
III.3 La horticultura local	31
III.4 El tomate en la región	34
III.5 Nacimiento, muerte y resurrección	37
III.6 El camino del tomate moderno	38
III. 7 El proyecto de desarrollo del tomate platense	40
CAPÍTULO IV. EL TOMATE PLATENSE ES EL PROYECTO	42
IV.1 Las primeras acciones	42
IV. 2 El gran proyecto	44
IV. 2.1 Primera etapa	45
IV. 2.2 Segunda etapa	48
IV. 2.3 Tercera etapa	55
IV. 2.4 Cuarta etapa	61
CAPÍTULO V. EL TOMATE PLATENSE Y LOS PRODUCTORES	63
V.1 El sistema hortícola platense	65
V. 2 El productor hortícola platense	66

V. 3 Del productor de <i>commodity</i> al productor de <i>speciality</i>	68
V. 4 Un tomate, muchos criterios	71
CAPÍTULO VI. EL TOMATE PLATENSE Y LOS CONSUMIDORES	79
CONCLUSIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	87

Introducción

“¿tomate platense? Eso es el pasado...”
JF 1999

“En este mundo traidor nada es verdad ni es mentira,
todo es según el cristal con que se mira”
NAF

Por el año 2000, el producto tomate platense como tal había prácticamente desaparecido del mercado, dado que materiales genéticos modernos lo fueron paulatinamente reemplazando en sintonía con un proceso de modernización de la horticultura global, que llegaba con prisa y sin pausa al Cinturón Verde Platense (Benencia, 1997; Ringuelet, 2000; García, 2009). Sólo un puñado de quinteros, por afecto o por tradición, mantenían su cultivo, o bien para el autoconsumo –mientras que producían comercialmente tomates modernos-, o bien surtían un mercado muy acotado. Un nuevo paradigma, acompañando los cambios que se sucedían en la producción agroalimentaria en general, iba ganando terreno y no quedaba lugar para las producciones tradicionales, para los *commodities* baratos. Pero ese ‘tomate platense’ se había destacado por décadas en la producción y el consumo de tomate fresco en la Argentina. Folquer, en su libro “El Tomate” dice que el fruto del tomate cultivar platense, por su resistencia al manipuleo y al transporte “domina la producción argentina de tomate para el mercado” (Folquer, 1979: 33). El mismo autor, al repasar las provincias que producen tomate señala al cultivar platense como preponderante en la producción de tomate fresco en la mayoría de las mismas y con una participación no menor, en alguna de ellas, en el tomate para industria (Folquer, 1979: 89-90).

Hoy vuelve para pelearla, ya no como tomate sino como tomate platense. Los atributos del producto (su sabor, su rusticidad, el reconocimiento local) sumado al desencanto generado entre los consumidores por los tomates modernos se conjugan para posicionar con posibilidades ciertas al cultivo típico de la horticultura platense. Entendido integralmente – con sus atributos tangibles e intangibles- el tomate platense se supone como disparador de una dinámica económica que apuntalaría una mejora en las posibilidades de producción de la tradicional horticultura familiar.

De alguna manera se da una nueva vuelta al espiral del cual el tomate platense –cuando todavía no era “tomate platense”- había sido protagonista: por los años ‘30 otros tomates se producían en el Cinturón Verde Platense –‘francesito’, ‘de tierra’-, pero en ese entonces el ‘raya negra’¹ los marginó. En ese entonces, había que encontrar un tomate que satisfaga

¹En varias publicaciones y comentarios de los mismos productores se menciona al tomate ‘raya negra’ o ‘raya verde’ como el nombre que antecede al de tomate platense. Esa denominación se refiere a rayas de color verde oscuro, que parten de la cicatriz pistilar y se prolongan siguiendo transversalmente el fruto, hasta desaparecer aproximadamente a la altura media del mismo. Es una característica que muchos productores utilizan para distinguir al tomate platense de otros tomates, aunque luego de repasar una cantidad importante de variedades locales de tomates platense, se determinó que no es una particularidad excluyente; en el Uruguay, con una historia hortícola que suponemos es similar a la argentina, el tomate

mejor a todos, que rindiera, que resistiera, que gustara. Y lo encontraron. Con el tomate platense instalado y reinando sobre los tomates frescos, llegamos a los años '80.

Pero hacia fines de los '80 queríamos una vez más otra cosa: los quinteros que rindiera más –más que el platense...-, que fuera más parejo; los verduleros, que durara más; la empresas, ubicar las novedades genéticas y tecnológicas en el mercado; los vecinos... a los vecinos no le preguntaron. Y lo desplazaron.

A la vista de esta información se aprecia que en el mercado, en los centros de investigación agronómica y entre los productores, cuando se nombraba al tomate platense se lo distingue de otros tomates, tanto por sus atributos positivos (sabor, rusticidad, reconocimiento), como por otros negativos (desuniformidad, acotada calidad poscosecha, rendimiento). Algunos autores distinguen al tomate platense como un tomate particular: Rivero y Sillón refiriéndose a un ensayo sobre el comportamiento del tomate platense, en la sección “Objeto del trabajo” señalan “La finalidad de este trabajo es determinar el comportamiento de una población heterogénea local de tomates conocida por los cultivadores de esta y otras regiones del país, como tomate platense, comparada con la variedad norteamericana Clark's” (1951: 1). Nuez, al referirse al fruto de una variedad de tomate, señalan al mismo como “...frutos típicamente platense: muy acostillados y aplastados” (Nuez, 1995: 110).

Lo cierto, es que como decíamos arriba, ese tomate platense –un tomate entre los tomates- desapareció, fue desplazado por nuevos materiales que se ajustaban a un nuevo sistema de producción-consumo. Pero busca volver, quizás para ocupar un lugar entre tantos. Los consumidores quisieron hacerse oír y los productores sacar una diferencia; así, la perspectiva de un nuevo paradigma agroalimentario comenzó a disputar un espacio y se reabrieron las puertas a las viejas producciones, ahora como productos diferenciados.

Esta Tesis va a abordar la transformación de un cultivo desplazado por un sistema socio económico durante las postrimerías del modelo de modernización agraria -un *commodity* barato-, en un producto diferenciado y reconocido por atributos particulares a comienzos del nuevo milenio. En esta línea, nos preguntamos cómo el territorio, el sistema técnico productivo y el consumo promovieron ese desplazamiento y cómo los mismos apuntalaron su regreso.

En este sentido, en el año 1999 se inicia en la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) un proyecto que busca la apropiación, por parte de los productores involucrados, de técnicas de manejo del cultivo de tomate platense y de técnicas de marketing, comercialización, desarrollo de un producto, etc. con los objetivos de revalorizar el cultivo, promover su conservación *in situ* y su adopción por parte de productores locales. Todas las acciones que se desarrollaron alrededor de este proyecto fueron fuente de esta Tesis.

Capítulo I. El tomate platense renace como una producción agroalimentaria típica producto de cambios en el mercado, la reivindicación del gusto y la necesidad de ocupar nuevos nichos comerciales. En este sentido, esos cambios llegan producto de una transformación

tradicional, hoy en etapa de recuperación y revalorización, es el tomate denominado ‘araña’, precisamente por la presencia de dichas rayas en el envés del fruto. De todas maneras, hoy hablar de raya negra o raya verde quedó para los memoriosos; a esta variedad se la conoce ampliamente como tomate platense.

reciente del sistema agroalimentario, en la cual se empieza a considerar al consumo como un factor a tener en cuenta. Por otro lado, hay una revisión del alimento, con nuevos atributos, de la mano de cambios en la consideración de la calidad. En esta transformación, la definición de los Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) juega un papel importante.

Capítulo II: Metodología y objetivos. Abordamos el Estudio de Casos y la Investigación Acción Participativa como dispositivos de intervención e investigación. Para esta investigación recurrimos a notas periodísticas, censos, revisión bibliográfica, entrevistas, fotografías, como fuentes y como instrumentos de análisis de la experiencia.

Capítulo III: El tomate y el tomate platense. La morfología de la planta de tomate y las prácticas culturales son la base para comprender su recorrido así como el devenir histórico del cultivo. También ha sido determinante el territorio: la ciudad de La Plata, desde su fundación, su entorno y el lugar que se le dio a la producción hortícola. El tomate platense nace, agoniza y renace en el mismo territorio producto de esa historia y de los cambios sucedidos en el contexto.

Capítulo IV: El marco de todas estas acciones es el “Proyecto Tomate Platense”, que nace en 1999 y del cual se desprenden las intervenciones, las propuestas y las relaciones que se construyeron a lo largo de todo este tiempo. Y que dieron pie a estas reflexiones y conclusiones. Las distintas etapas marcan momentos particulares del proyecto y nos dan la pauta de por dónde circuló la propuesta, definiendo la participación de los productores, el Estado y los consumidores.

Capítulo V: El tomate platense es un producto de la agricultura familiar y los productores y las productoras fueron uno de los pilares de la propuesta ¿Quiénes fueron y quiénes son? ¿A quién representan? ¿Qué representan? ¿Cómo se involucran? ¿Cómo acompañaron? Un repaso y una reflexión sobre su involucramiento.

Capítulo VI: Los consumidores son el otro pilar, subestimados en un principio y determinantes al final. Su rol en el acompañamiento de la propuesta se pone de manifiesto en la respuesta a cada convocatoria.

CAPÍTULO I

EL TOMATE PLATENSE COMO PRODUCCIÓN AGROALIMENTARIA TÍPICA

Introducción

Si nos abocamos al estudio de la producción agroalimentaria, resulta de interés abordar la evolución del concepto a lo largo de los últimos 60 años, por los cambios o las concepciones que sobre lo agroalimentario se sucedieron en este período. Esto nos permite tener una idea del proceso que desde lo conceptual e ideológico atravesó todo aquello vinculado con la producción de alimentos. Este período coincide con un punto ya tradicional tomado para el estudio del desarrollo: la Segunda Guerra Mundial. No es casual que converjan concepto e historia en este estudio.

Asumimos ese punto de partida histórico porque entendemos que es a partir de allí en donde se consolida una idea de desarrollo, de producción-consumo, de lo agroalimentario, que se profundiza y domina por décadas las decisiones económicas y políticas –los treinta años dorados del capitalismo-, para cuestionarse en los últimos años, generando nuevas corrientes de pensamiento alternativo.

1. De la modernización agraria al *agrobusiness*

El modelo de producción agropecuaria que domina el mundo de la investigación, de la extensión y de la producción desde los '50 se puede definir, como lo venía siendo desde principio del Siglo XX, bajo lo que denomina Buttel como de ideología productonista, según la cual “el aumento de la producción es intrínsecamente y socialmente deseable, ya que todas las partes de benefician de tal aumento” (Buttel, 1992: 26). Refiriéndose a los EE UU, le quita cierta responsabilidad al sector primario de la producción, porque y en sentido agregado, entiende que es al mismo tiempo y por distintos motivos, beneficiado (aumento de la producción y de la productividad de la tierra) y perjudicado por dicha ideología (la baja de los precios de los *commodities*, la desaparición de explotaciones, el obligado cambio hacia empleos no agrarios). Sin embargo, señala que dicho modelo es el imperante y aceptado por la ciencia y la producción agropecuaria gracias a la eficacia con que se proyectó entre los actores del sector así como por los logros alcanzados en términos de tecnologías “coronadas con grandes éxitos” y los rendimientos crecientes (Buttel, 2002). Este modelo comparte propuestas con las de W. W. Rostow contenida en la teoría de la modernización, que entendía que seguir un determinado camino, con pasos secuenciados y una disposición al sumar los adelantos tecnológicos, al estilo europeo-norteamericano, bastaba para alcanzar el desarrollo (Preston, 1999).

En este sentido, dentro² del sistema agroalimentario, en la actual etapa del desarrollo del capitalismo -globalización mediante³, la concentración y la integración vertical de un

²Decimos ‘dentro’ para acotar el estudio a lo agroalimentario, pero entendemos que esos límites con el resto del sistema global son cada vez más difusos.

número acotado pero crecientemente influyente de empresas, ha avanzado a pasos agigantados hacia la unificación de patrones de producción y consumo. Siguiendo una lógica de acumulación global sumado a la financiarización del sistema, determina la homogeneización de los modos de producción, la pérdida biodiversidad y el desplazamiento de sistemas productivos locales (Teubal, 2002). Este modelo avanza sobre las formas de producir y consumir que definen a circuitos económicos más acotados territorialmente.

Más acá en el tiempo, Gras y Hernández (2013) señalan que el modelo del agronegocio - *agrobusiness*⁴-, robustecido en la segunda mitad de los '90, constituyó una inflexión en los procesos productivos y de gestión, consolidándose en nuestro país, un sistema altamente dependiente de los mercados externos, sostenido por una matriz transnacionalizada de insumos y apalancado por el capital financiero nacional e internacional.

Dos miradas, que bien pueden ser las dos caras de una misma moneda, señalan al modelo del *agronegocio* como el responsable de la mayor creación de empleo de la economía argentina, de la profesionalización del sector, de la modernización del campo y del interior o bien, como el causante de la pérdida de biodiversidad, del despoblamiento rural, de la desaparición de miles de productores, de la pérdida de soberanía alimentaria, etc. En este desarrollo se conjugaron los avances en la biotecnología y las tecnología de la información y el debilitamiento de las capacidades regulatorias de los estados nacionales, que junto a la participación cada vez mayor del capital financiero, desarrollaron una combinación ideal para el aprovechamiento de sectores ajenos a la producción (Gras y Hernández, 2013). Este modelo agroalimentario industrial avanza hasta que las tasa de ganancia y/o los tímidos límites que les puede imponer una legislación regulatoria redirijan las inversiones hacia destinos más rentables.

Siguiendo esta línea de pensamiento, Obschatko señala que la evolución de la agricultura pampeana entre los períodos 1960-1980 y su recuperación frente al estancamiento de los '30-'40 está sostenida exclusivamente por la modernización tecnológica, reafirmando la aplicación del modelo difusionista como central en la recuperación productiva y afirma que dicha modernización es producto de una serie de etapas sucesivas caracterizadas “por la difusión masiva de tecnología dominante” (Obschatko, 1998:117). Cada etapa está definida por un hito tecnológico que se incorpora masivamente con el correr del tiempo, para dar lugar a un nuevo hito (Obschatko, 1998).

Extezarreta (2010) por su parte, sintetiza la situación que atraviesa el sistema agroalimentario mundial tomando la experiencia de la Unión Europea. Parte de reconocer el proceso de globalización-internacionalización consolidado en las últimas décadas, que determina buena parte de las decisiones económicas que definen el presente y el futuro de diversas actividades, del uso del suelo, la mano de obra: “la producción agraria a nivel

³ “En una de sus acepciones más difundidas, la globalización se remite a la internacionalización financiera, industrial y comercial, comandada por grandes empresas transnacionales, empresas que consideran al mundo en su conjunto como el mercado para sus productos, la fuente de materias primas, de sus productos semielaborados o finales...” (Teubal, 1999:28)

⁴El concepto de *agribusiness* (agronegocio en ‘español’) fue acuñado por los economistas John Davis y Ray Goldberg de la Universidad de Harvard, en 1957 como una manera de describir el vínculo que se venía definiendo entre la producción y la industria de alimentos.

mundial, pasa a plantearse para el consumo mundial... incluso en las explotaciones familiares” (Extezarreta, 2010: 219). A ese proceso lo caracteriza como de una agricultura,

- cada vez más inserta en el proceso general de acumulación por las crecientes inversiones en la producción agroalimentaria de origen no agrario, el incremento de su papel como consumidora de *inputs* industriales y de servicio así como proveedora cada vez mayor de la industria agroalimentaria y no agroalimentaria y el carácter cada vez más internacionalizado de la producción, el comercio y el consumo;
- cada vez más intensiva, por la combinación de un aumento del volumen de producción, estandarización de procesos productivos y de productos, producción a escala para mercados mundiales;
- productora de materias primas, para una agroindustria que ‘integra’ con productos industriales para producir un producto único de consumo.

Asimismo, señala que existen ciertas resistencias, que se expresan en la reacción de productores pequeños y familiares a subsumirse en el modelo global, o las heterogeneidades que se presentan en los mercado de consumo, donde nichos específicos, en algunos casos con fuerte arraigo territorial y en otros de determinados productos – ecológicos, frescos, saludables- que se plantean como alternativas a la producción masiva y estandarizada (Extezarreta, 2010).

En nuestro caso, en donde lo agroalimentario es el eje de la reflexión, al aplicarse dicho modelo de desarrollo a la producción de alimentos -a lo largo de la ‘era del desarrollo’-, vemos que la producción agroalimentaria sigue, progresiva e inevitablemente, la lógica industrial: la continua combinación de insumos extra explotación, la mano de obra ajena a la unidad de producción y una modernización creciente –entiéndase un desarrollo tecnológico aplicado a la producción de alimentos- definen un modelo de producción-consumo que busca satisfacer al mercado; una especie de pensamiento único (Teubal, 2002) agropecuario, hijo de la globalización, el neoliberalismo y las teorías de la modernización y desarrollo acuñadas por los ‘50, que se materializa en las propuestas de planificación para el desarrollo y de extensión. Los campesinos o pequeños productores son desplazados, asimilados o cooptados o bien asumen una propuesta tecnológica que demanda cada vez en mayor cuantía, insumos extra-explotación a la cual aplican su mano de obra.

2. El desarrollo y el sector agroalimentario

Antes de proponernos hablar de las posibilidades de lo específicamente agroalimentario, vamos a abordar sintéticamente el concepto de desarrollo, porque entendemos que del mismo y de sus transformaciones se desprende, entre muchas otras ideas, la evolución de lo agroalimentario y su vinculación con la revalorización de producciones típicas.

Como todo concepto, el desarrollo es una construcción histórico-social basada en presupuestos, en concepciones del mundo particulares. Desde mediados de Siglo XX, finalizada la Segunda Guerra Mundial y derivado de las tensiones generadas por los reclamos de descolonización y los movimientos insurgentes principalmente en Latinoamérica y Asia, en el mundo occidental se instala el concepto de desarrollo. De hecho, Boissier señala que desarrollo es una idea política de posguerra (Boissier, 2000), como el argumento necesario para modificar escenarios de injusticia y mitigar los reclamos

de mayor igualdad, cuando no de transformaciones radicales del sistema político-económico. En este sentido, Barsky ubica a mediados de la década de 1950 los primeros programas de desarrollo en América Latina (Barsky, 1990), la ‘era del desarrollo’ (Rist, citado por Bueno Ambrosini y Filippi, 2010:347) había llegado. Las propuestas, muy influenciadas por el funcionalismo norteamericano, se circunscribían a la modernización de las ‘sociedades atrasadas’ o simplemente a promover el aumento de la productividad de los factores de producción con la - ¿ingenua? - idea de que eso bastaba para incluir a las masas empobrecidas en los beneficios de la sociedad moderna.

Como señala Esteva (2000), tras el discurso del presidente Truman en 1949, gran parte del mundo prácticamente ignorado hasta ese entonces – que existía como, a lo sumo, proveedor de materias primas-, emerge pero como ‘subdesarrollado’, borrando la heterogeneidad de esas poblaciones. Si bien el autor analiza la evolución del concepto concluyendo que se trata de un término conservador sino reaccionario, sus primeras definiciones critican el sentido que cobra el término a mediados del Siglo XX, cuando “desarrollo” se equipara a crecimiento económico mediante la modernización tecnológica. Según las propuestas de modernización de Rostow (1959) o el difusionismo de Rogers (1962) bastaba con la modernización de las sociedades atrasadas o tradicionales para alcanzar una situación de mejora en la calidad de vida de los países pobres o ‘subdesarrollados’ (aquí el vínculo íntimo que se construyó entre los conceptos de modernización y desarrollo que se sostenían por esos tiempos). La única variable considerada era medida en términos físicos -aumento de la productividad o el PBI nacional-donde se sostenía, desde una lectura pretendidamente objetiva, cuál era la situación en la que cada país se encontraba en términos de calidad de vida de la población (Boissier, 2000).

Superados los años dorados crisis del petróleo mediante, queda claro que ni el crecimiento a tasas relevantes de la economía de los países centrales ni la ‘modernización’ de las economías periféricas alcanzan como modelo para superar situaciones pobreza y exclusión en amplios sectores de la población. En ese entonces, se planteaba que los proyectos de desarrollo que fracasaban no tenían en cuenta la cultura de la población o bien la cultura local era el obstáculo para el desarrollo (Esteva, 2000). El problema era de los ‘subdesarrollados’.

Pero desde algunos sectores críticos se revisan los mandatos y los *sloganes* del desarrollo y se incorporan otras variables, subjetivizando la definición y privilegiando la expresión de ‘nuevos’ actores (Boissier; 2000). Variables de corte más universalista como las necesidades insatisfechas, y más acá en el tiempo las atravesadas por el concepto de territorio –la reconceptualización del territorio-, las propuestas de participación y el reconocimiento de la existencia de culturas locales capaces de ofrecer nuevas alternativas a las propuestas de desarrollo, proponen un camino distinto.

La revisión se instala pero no le alcanza, producto de una fuerte reivindicación del mensaje del mercado de fines de los ´80 y los muy neoliberales ´90, donde desarrollo es a lo sumo desregulación, libre comercio y derrame del crecimiento de hacia sectores menos favorecidos. Las consecuencias quedan claras, aunque tienen distintas manifestaciones según las economías: es un modelo extractivista y concentrador, inviable desde el punto de vista ambiental y social (Gras y Hernández, 2013), de fuerte concentración económica, extranjerización de los recursos estratégicos, desempleo y marginación de amplios sectores

de la población, y en cuanto al ámbito rural, despoblamiento, pérdida de tradiciones agroalimentarias, reemplazo de cultivos. “El sector agrícola no ha estado exento de las tendencias mundiales y ha adoptado el modelo neoliberal a partir de la Ronda Uruguay del GATT y reafirmado en las pláticas de Doha”, comenta Espinosa Ayala abordando el particular el caso mexicano (2013: 37), que bien puede hacerse extensivo al resto de América Latina.

3. El consumo y los consumidores

Para comenzar a hablar del consumo y los consumidores y particularmente para el caso del tomate platense, partimos de dos conceptos que nos permiten enmarcar este apartado. Ambos surgen de la mirada sobre el consumo y los alimentos que desarrolla Claude Fischer en “El (h)omnívoro” (1995).

El primero se refiere específicamente al acto de ingerir un alimento y dice que cuando incorporamos alimentos “hacemos que accedan al colmo de la interioridad” (Fischer, 1995: 11). Sea cual fuera el motivo de la decisión de incorporar un alimento –y aquí hay otro término que lo refuerza al anterior, el in-corporar⁵-, el mismo pasa a ser una parte íntima de nuestro ser, de ahí la frase que atribuye Fischer a la sabiduría de los pueblos: “somos lo que comemos”.

El otro concepto marco es que la alimentación cumple dos funciones difíciles de disociar: la biológica-vital y la social. La historia subestimó la función social, tal como señala Patricia Aguirre en “Ricos flacos y pobres gordos”: “Las categorías sociales que dan forma a la sustancia comestible para hacerla comida, están presentes en forma tan silenciosa que no las percibimos y consideramos el comer como un hecho ‘natural’” (Aguirre, 2004:5). El reconocimiento explícito de la función social abre un mundo que involucra entre otros fenómenos, el estudio de los cambios de lo alimentario a través del tiempo y de las culturas. Estos dos conceptos son aplicables al alimento en general, pero cuando hablamos de productos típicos, cobran mayor relevancia; es más, nos atreveríamos a decir que esa relación se invierte. Estas dos ideas nos permiten ir caracterizando al consumidor del tomate platense, aunque por ahora vamos a hablar de consumo, de consumidores y de calidad.

Como decíamos más arriba, la alimentación es un fenómeno complejo pero la historia, o bien las líneas de investigación dominantes hasta hace unos años, la habían reducido a los aspectos más vinculados a nuestra biología y a la función vital que le cabe al consumo de alimentos. En un repaso desde la antropología de las investigaciones referidas a los estudios sobre la alimentación humana, Aguirre señala esta situación aunque menciona algunas excepciones en trabajos realizados en la primera mitad del Siglo XX pero que rápidamente quedaron en el olvido. A lo sumo, los aspectos culturales se limitaban a una mirada folclórica o ritual en el consumo alimenticio. Esta naturalización no ha hecho más que invisibilizar dos componentes importantes en la decisión de consumir alimentos, sustanciales al momento de discutir el consumo de productos alimentarios típicos aunque no necesariamente reducidos a este tipo de productos. Así, superando la casi exclusiva

⁵ La primera acepción del diccionario de la Real Academia Española dice que incorporar significa “Unir una persona o una cosa a otra u otras para que haga un todo con ellas”. <http://dle.rae.es/?id=LJZZNZJ>

mirada desde lo vital, emergen las dimensiones socio-cultural y subjetiva entre los determinantes de la decisión. La primera determina las reglas y las normas que cada sociedad define, y tiene por lo tanto un carácter más estructural. Dice Fischer que “cada cultura posee una cocina específica, que implica clasificaciones, taxonomías particulares y un conjunto de reglas...” cuando habla de la ‘gramática culinaria’ (Fischer, 1995:34), o bien Aguirre cuando señala que “... al igual que el lenguaje, la cocina marca a los pueblos y a los sujetos y les da un sentido de pertenencia e identidad” (Aguirre, 2004:4). Barruti, en su libro “Mal Comidos”, refiriéndose a la obesidad –asunto alejado de la discusión sobre productos típicos, pero con cierta pertinencia al hablar de condicionantes estructurales- asocia a nuestro sistema alimentario a un asunto sociopolítico “donde el individuo no es ni por asomo libre de sus elecciones” (Barruti, 2013:288). Si bien, desde nuestro punto de vista estas conclusiones no son absolutas, remarcan cómo el entorno, a través del tiempo, define o condiciona y determina en buena medida que comemos.

Por otro lado, la dimensión subjetiva involucra aquellos elementos propios de cada sujeto en la decisión (Aguirre, 2008). Es más, cuando en el mundo llegamos a superar las cíclicas crisis de abundancia-escasez –hoy está claro que el problema es la distribución, no la cantidad de alimentos- estos factores subjetivos, fundamentalmente, aparecen con más fuerza o quizás se hacen más evidentes. Reforzando esta idea, Fischer dice que “...también nos nutrimos de lo imaginario (...) los alimentos no sólo nutren, sino significan” (Fischer, 1995:22). Entonces, cuando vamos a un *fast food* nos envuelve un clima urbano, moderno, con mucha carga de tecnología y de mundo y de homogeneidad universal⁶ ‘como si estuviéramos en Nueva York’; por el contrario, cuando comemos un queso de campo, ahora la atmósfera es a vaca; olemos campo, vaca, pasto –no forraje-, compramos artesanía -no importando realmente las condiciones y los procesos que acompañaron dichas producciones-. En nuestro caso de estudio, con motivo de la 12° Fiesta del Tomate Platense⁷, se le sugirió a los visitantes que mencionen tres palabras que asocien al tomate platense, y hablaron de “rico”, “sabroso”, “auténtico”, “sabor único”, “natural”, “niñez”, “trabajo”, “quinta de la infancia”, “intenso”, entre las miradas más particulares y haciendo referencia, particularmente, a los intangibles que definen al tomate platense.

Si la alimentación “es al mismo tiempo, individual y social, por el carácter dual del gusto como construcción social...” como agrega en Aguirre (2016:464), podemos comprender como determinan ambos factores nuestra decisión, porque “los consumidores desean algo más que un producto, desean todo aquello que los productos evocan” (Espeitx Bernat, 1996:89).

Superada o relativizada la función vital en consumo de alimentos, podemos hacer foco en otro elemento también cuestionado o al menos ampliado en su significado: el de la calidad. En este marco de **resignificaciones** ¿qué entendemos por calidad? Espeitx Bernat habla de calidad de productos agroalimentarios a distintos niveles: lo higiénico y lo sanitario, las

⁶En el aeropuerto de Ezeiza –suponemos que se repite en el resto del mundo -, una propaganda de la cadena de *fast food* más grande y emblemática del planeta dice “Mil destinos, un solo sabor” 25/01/17.

⁷La Fiesta del Tomate Platense se realiza desde el año 2005. Las primeras 2 ediciones se realizaron el predio de la estación de trenes –desactivada- de Joaquín Gorina, Pdo. de La Plata. A partir de la 3° edición, se realizan en la Estación Experimental Julio Hirschhorn, ubicada en Los Hornos, Pdo. de La Plata, dependiente de la Fac. de Cs. Agrarias y Forestales de la UNLP. En febrero de 2017 se realizó la 13° edición.

propiedades nutricionales o sus características organolépticas. “Pero no debe olvidarse el destacado papel de la calidad de orden simbólico” (Espeixt Bernat, 1996:94), que no es excluyente para los productos típicos –aplicable también a los *fast food*-, pero que es dónde aparece, a nuestro entender, muy explícitamente.

Otro elemento a tener en cuenta, en cuanto a la noción de calidad, es que la misma es un acuerdo tácito entre partes, a partir de las cuales “los actores sociales deben coincidir en una definición de la calidad de los productos, que es el resultante de un proceso social que debe amalgamar lógicas diferentes, generando nuevas relaciones entre el campo y la industria, y en las que se combinan procesos globales y especificidades locales” (Goldfarb, 2001:2). Si bien Goldfarb saca sus conclusiones estudiando el proceso de elaboración de vino en Mendoza –en donde la industria concentrada opera dinamizando el sistema-, esta reflexión es universal en términos de definición de calidad, porque pone de manifiesto que esa calidad no ‘llega de arriba’ ni es absoluta, ni es producto de la acción mecánica y unilateral de un sector dominante. Citando a Lara Flores, sostiene que “la noción de calidad se convierte en cualquier elemento adicional que se incorpora a la producción y permitiendo la creación de diferentes nichos de mercado” (2001:2).

También se refieren a calidad Champredonde y Muchnik, al afirmar que “la calidad de un producto alimenticio tiene que ser abordada desde un enfoque que integre la complejidad de las múltiples dimensiones” (Champredonde y Muchnik, 2010:2) y determinan dos grandes escuelas en torno a la calidad de los alimentos: la objetivadora –positivista, normatizadora, donde se determinan procesos y su artillería para medir calidad- y la subjetivadora, que apela a valores simbólicos, a lo que representa el alimento para la población. Estas escuelas, partiendo de acepciones muy disímiles de calidad dan lugar a una tercera, la constructivista, porque seguramente también es importante el saber hacer reconocido y valorado por los consumidores.

En este sentido, si hay un producto que para el sentido común construido en torno a la corriente objetivadora de la calidad no tiene nada de ‘calidad’ es el tomate platense: poco uniforme –¿deforme?-, hombro verde, a veces rajado, siempre a punto de la sobremaduración, desparejo. Y ese es el motivo muchas veces declarado al momento de su reemplazo. Sin embargo, en las fiestas del tomate platense se vende de a cientos de kilos, concurren miles de personas o en determinadas verdulerías, su precio supera al de los tomates más modernos ¿Qué pasa? ¿Cómo es posible explicar esta conducta de los consumidores? O será que esa idea de calidad que se pone en juego en ese momento –y podíamos decir siempre- conlleva una carga valorativa en la cual se cuelan otros sentidos que van más allá de la determinación realizada por aparatos propios de una estandarización objetiva para un consumo de masas. Una posible respuesta, entre otras, puede ser que “...a menudo, la comercialización de estos productos de terruño suponen un contacto personal entre productor y consumidor. En estos casos la valoración de la calidad se obtiene mediante relaciones interpersonales” (Espeixt Bernat, 1996:93).

Es interesante, a propósito de esa revisión de la calidad y de la representación que tienen específicamente los consumidores alrededor del tomate platense, lo que dice una consumidora: habla de un producto ‘fresco’, ‘natural’, ‘típico del verano’, ‘de campo’ y ‘de la zona’ (Buela, 2003), todos atributos excluyentes, que cargan positivamente al producto,

pero difíciles de comprobar al momento de la compra aunque acompañen al producto como un sello. Tiene más que ver con una representación que se hace del producto que de lo que es el producto en sí porque 'ese' tomate platense puede venir de cámara y no ser fresco; lo de natural es relativo y el tomate platense no tiene esa exclusividad, porque todos los tomates -y las bananas, y la uvas y los tomates 'larga vida'- son naturales; típico del verano es el tomate, el durazno y la ciruela; un pequeño porcentaje se produce en invernaderos -y es muy difícil distinguir el origen, por lo de 'de campo'- y quizás esta semilla producida en Rosario daría un producto similar -por lo de 'de la zona'.

Hay un aspecto relacional que define a todos los productos típicos y/o de la tierra, que vincula naturaleza-cultura-saber hacer y los encasilla a todos por igual, ya sea el vino de la costa, la lisa ahumada o el tomate platense. "No importan los hechos, sino las interpretaciones...".

A la luz de los cambios, revisiones y resignificaciones que venimos enunciando surgen algunas reflexiones respecto del tomate platense al ubicarlo en el tiempo y en el espacio: "El tomate platense es el pasado", palabras más, palabras menos, decía un quintero a fines de los '90. Y nos preguntábamos ¿es el pasado o es el futuro? Difícil es ubicarlo en uno u otro lugar, al menos excluyentemente. Porque si bien no deja de ser un símbolo de un producto referenciado con 'otra horticultura u otra producción', un símbolo en otra época, en la actual se le reconocen atributos en buena medida producto de la comparación con materiales de tomate y modos de vida modernos. "Pero al mismo tiempo se trata de nuevos productos. Nuevos porque el aspecto formal, aun manteniéndose, se adapta a las nuevas demandas" (Espeixt Bernat, 1996:88).

Decíamos antes que el desafío no es volver a la tradición, porque a la tradición no se vuelve, quizás se reinventa. Son viejos productos en nuevas realidades, lo que los transforma en nuevos productos. Hervieu (1995:35) habla de neo-ruralismo como "un movimiento de nostalgia y esperanza" a la búsqueda de revalorización de este mundo rural que desaparece y Espeixt Bernat dice que "el producto de la tierra o del terruño es un concepto que se construye a partir de la mirada del consumidor urbano, a partir de una particular relación campo/ciudad" (1996:83).

Pero estas consideraciones no le caben a todos los productos 'tradicionales'; son algunos los reconsiderados, los viejos/nuevos; de otros no tenemos ni memoria ¿Por qué el tomate platense y no el tomate de tierra? ¿Por qué el queso de Amblayo y no el Salta? Ahí juegan otros elementos, que en el caso del tomate platense tiene que ver con su historia y su presente, cuando la 'evolución del producto' nos trajo sucedáneos que no satisfacen los deseos de este consumidor reconvertido. Hace años, cuando el tomate platense era sólo tomate -más allá del nombre propio con el que cargaba desde los '40-, no era más que un producto genérico, no estaba en discusión su relación con la naturaleza o si su cultivo preservaba un determinado paisaje; su sabor era el sabor del tomate, no de otro tomate. De ahí una frase que por repetida no pierde su simbolismo: "tomate con sabor a tomate" refiriéndose al tomate platense; no se decía 'tomate platense con sabor a tomate' ni otra combinación posible. Lo que subyace es que el tomate "moderno" no tiene gusto a tomate y el tomate que tiene gusto a tomate es el tomate platense. Evidentemente, el sabor que se perdió encontró un refugio.

Lo que sí podemos conjeturar es que esta propuesta de revalorización del tomate platense hubiera sido un fracaso rotundo en los '90 -con la salvedad contrafáctica del caso- (“Hubo un período, hacia fines de los noventa que era muy difícil conseguirlo –al tomate platense-, sólo comprabas el larga vida”; Buela, 2003) con la novedad absoluta del tomate larga vida como máxima expresión de la ciencia aplicada al tomate.

En principio, hay que decir que consumidores somos todos, pero nos cabe esa categoría al momento de tomar la decisión de consumir –para concentrarnos más en nuestro enfoque, cuando hablemos de consumo, vamos a referirnos al consumo de productos agroalimentarios-, y esa decisión siempre viene acompañada por la elección. Y además porque no existe ‘un’ consumidor: aun aquel que consume productos agroalimentarios típicos, lo es de una diversidad de productos; difiere tal vez en como distribuye su consumo, pero la diversidad existe, porque factores económicos, de logística y biológicos influyen sobre esa posibilidad. Elegimos lo que consumimos de acuerdo a múltiples factores, concurrentes o no: el precio, la calidad, las alternativas, las preferencias, los gustos, la compañía. Y si volvemos a la frase de Fischer, “somos lo que comemos” podemos decir que es cierto, aunque también es cierto que no somos siempre lo mismo.

Nuestro consumo no responde a un criterio unívoco, absoluto: en ciertas circunstancias consumimos un vino barato o un fideo seco –o un “tomate moderno”- y en otras buscamos el vino “ideal para maridar con carnes rojas asadas, quesos, pastas y comidas tradicionales con su toque *‘avantgarde’*”, las pastas caseras hechas en casa -o un tomate platense-. En un sentido similar, Molina dice que “frente al alimento, el individuo es portador de una doble característica: por una parte, al realizar una compra de alimentos, el consumidor constituye una unidad económica de decisión; por otra, su comportamiento en términos de elección, preferencias y orientación del gusto, está influenciado por su capacidad de compra, pero igualmente por sus hábitos y su cultura alimentaria... La cultura alimentaria es también el resultado de los gustos y preferencias, del placer, de la herencia social proveniente de los hábitos” (Molina, 1995:16).

O sea, podemos decir que ese consumidor, a diferencia de las miradas que lo ponían en una actitud pasiva, tomando lo que le daban y comiendo para satisfacer necesidades meramente vitales, consumiendo acríticamente todo aquello que ofrecía el mercado, elige. Elige según sus deseos, su cultura, sus capacidades, sus posibilidades y esa combinación de factores hace que sus decisiones sigan una lógica que no es precisamente la linealidad. Si hoy compro un queso accesible –desde el punto de vista económico y físico- y mañana busco uno “diferenciado”, es producto de un comportamiento ajustado a posibilidades y deseos.

Asimismo, cuando Molina habla de la cultura alimentaria, dice que no es algo que permanezca invariable en el tiempo y que en la elección del consumidor influyen la –y su- historia, la política, su capacidad de compra, en un mundo en constante movimiento (Molina, 1995). Y agrega, citando a Rouffignat: “Nosotros podemos decir siguiendo las secuencias del gesto alimentario: dime cómo te abasteces, cómo cocinas, de qué manera y dónde comes y te diré quién eres: un consumidor social y culturalmente en mutación, un consumidor que refleja en sus comportamientos alimentarios la expresión de sus valores” (Molina, 1995:20).

Volviendo a Aguirre encontramos que repite la vieja expresión del relativismo gustativo que dice que “sobre gusto no hay nada escrito” haciendo referencia a que nada es eterno en términos de consumo –de alimentos- (Aguirre, 2008) y que “así, el comensal moderno, librado a su propio criterio, debe elegir bajo que normas encuadrar su comida, y un día come sano, otro rápido, un tercero rico, más tarde tradicional, y finalmente barato – agregamos otro día industrializado, otro funcional y otro típico -, pasando de la una a la otra, sin adherir a ninguna” (Aguirre, 2004:13). Valores, ingresos, mutación, espacio y tiempo: ahora podemos decir que este consumidor es un consumidor situado y por eso hablamos del consumidor de tomate platense hoy. En este sentido “sería reduccionista hablar de un consumidor tipo de productos de la tierra”, sostiene Espeixt Bernat (1996:85), mientras que Hervieu afirma que “hace tiempo los americanos practican junto al *fast food*, el *good cooking* (Hervieu, 1996:123).

4. Los Sistemas Agroalimentarios Localizados

Finalizados los '90 y a principios de los 2000, desde diversos sectores comienzan a manifestarse las controversias al modelo dominante en la década pasada –que retoma los cuestionamientos de los '70-, producto del fracaso y/o de las promesas incumplidas. En muchos órdenes de la vida social y económica se manifiestan críticas al modelo neoliberal, que se traducen en nuevas posturas respecto del rol del Estado, la regulación de la economía y la participación popular. Si bien las acciones derivan en cambios más o menos radicales, según la sociedad de que se trate, se cuestiona el modelo de pensamiento único, para dar paso a nuevas formas de entender al Estado y la relación Estado-Sociedad.

En términos políticos, la confluencia en América Latina de gobiernos de corte progresista o de centro izquierda es un reflejo del humor que domina el escenario político continental y la visión que se tiene de la economía y de la sociedad por las mayorías ¿Qué pasó? ¿Todos –los 500 millones de latinoamericanos- se pusieron de acuerdo para votar propuestas que le asignaban un nuevo rol al Estado, a las políticas públicas, a la ampliación de derechos? No necesariamente, pero el desengaño, la falta de respuestas a problemas socioeconómicos históricos (alimentación, salud, educación) o más aún, el agravamiento de varios de esos indicadores, sumado a otras preocupaciones, como el cuidado del medio ambiente, o el tipo de alimentación, etc. confluyen para que las mayorías busquen propuestas alternativas a ese pensamiento único. El cambio de época se refleja en una visión compartida -casi estructural-, antes de la cual “se revelaba la dificultad de establecer lógicas de articulación entre pasado y futuro, en un contexto marcado por la inmediatez y la sobrevaloración de un presente que parecía inevitable e imposible de revertir” (Velarde, 2013: 47).

Este cambio de época coincide con lo que Araghi y Mc Michael denominan la segunda crisis epocal de la modernidad, cuando luego de un período de estabilidad y progreso, nacido a los fines de la Segunda Guerra Mundial –una vez más, la ‘era del desarrollo’, los ‘30 años dorados’, bajo la hegemonía de EEUU-, se cuestionan las certezas de un mundo que parecía ir hacia el bienestar universal sostenido en “una ganancia que creó la necesidad de progreso”, pero que es discutido en sus pretensiones universalistas y homogeneizantes. En este cuestionamiento, aparece lo particular, lo local, pero no como pretenden pensadores posmodernos, buscando dar vuelta la página de la historia y contraponiendo lo particular al universalismo moderno y positivista y siguiendo una postura a-histórica (Araghi y Mc

Michael, 2006), sino entendiendo que lo local/particular y lo universal/totalizante conforman un juego dialéctico que expresa un momento histórico particular, en donde las continuidades y discontinuidades se tratan dentro de una totalidad caracterizada como “modernidad histórica” (Araghi y Mc Michael, 2006). De ahí el reclamo de los autores a volver a lo histórico-mundial, reconociendo que localismo y globalidad no son mutuamente excluyentes, sino que conviven en un campo de relaciones tiempo-espacio. En ese mundo que tenía la ganancia como fin, surgen otros fines, que no desplazan a la ganancia, al fin y al cabo, no se cuestiona necesariamente al capitalismo.

Ahora también, en el mundo en general y en lo agroalimentario en particular, se busca preservar la tradición, se le da un lugar a lo emotivo o ser parte de algo distinto, reconociendo que lo local es un espacio para considerar. La tendencia que se aprecia respecto de la revalorización de los agroalimentos locales o regionales en distintos territorios alrededor del globo supone una mirada superadora del particularismo posmoderno; porque muchos ‘particularismos’ no es particularismo, es una tendencia global que revaloriza lo local. Por eso el momento histórico al que llamamos ‘cambio de época’ no se expresa de manera absoluta ni radical (como pretenden los pensadores posmodernos); lo viejo no termina de desaparecer –por su posición dominante y su capacidad de adaptación, su capacidad de generar hegemonía y de acumular capital (de todo tipo)- y en consecuencia lo nuevo no lo desplaza, simplemente aparece para señalar ciertas dinámicas globales con expresión local.

Long (1996) presenta precisamente la dualidad global/local. Lo global uniformiza a la vez que diferencia, o sea que lo global tiene a la vez representaciones locales: con el tomate “Tommy” –un ejemplo válido, hasta paradigmático, pero quizás ya superado ampliamente- se buscó la producción global de tomate, a partir de una semilla, un sistema de producción y un canal de comercialización globalizados; pero a la vez en el globo se recuperan tomates locales diferentes entre sí (Díaz del Cañizo, 1998) y obviamente al Tommy... lo local es una expresión y una reacción de y a lo global. “... estamos viviendo en un mundo crecientemente diversificado, pero revestido de homogeneidad...”, (Long, 1996:39) y agrega que existen tres campos que se entrecruzan y en los que se expresa el cambio: 1) en la producción, el trabajo y la vida económica, donde surgen “nuevos modos de valor –o la reinención de viejos modos-”, como los mercados de consumidores, que se diversifican o una mayor ‘informalización’ de la vida económica; 2) en la naturaleza cambiante del Estado, los dominios o esferas de poder variables y la aparición de nuevos movimientos sociales como –respecto a lo agroalimentario-, se expresa en la demanda de productos de nicho o de consumo local y 3) en lo referido al conocimiento, la ciencia y la tecnología: producto del acelerado crecimiento de la “sociedad de la información” se genera, también, un intercambio entre posturas epistemológicas antiguamente irreconciliables, como los “encuentros entre modos expertos y locales de conocimiento -o-... el desarrollo de interfases entre las instituciones de desarrollo ‘inventoras’ y sus “así llamados ‘grupos receptores”” (Long, 1996). Lo global totaliza mientras que lo local busca un lugar.

En cuanto a la producción agroalimentaria, nuevas visiones que miran a lo agroalimentario dejan de pararse en el producto, sino que lo cruzan con la historia, el territorio, la cultura. Desde diversos ángulos, distintos autores se refieren a la producción agroalimentaria desde una perspectiva –y podríamos entender hasta desde un paradigma- que mira a la producción

de alimentos de manera más abarcativa, que tiene como producto algo más que la mera generación de materias primas para su transformación posterior, como lo entendió el *agribusiness*, porque entre otras consideraciones, los productos agroalimentarios de origen industrial están discutidos y en algunos casos son rechazados por los consumidores (Anthopoulou, 2013). Entonces, ¿por qué prestar atención a estas industrias atrasadas, condenadas a desaparecer? se preguntarían los economistas neoliberales según Muchnik, allá por los '80, cuando se 'descubrían' en terreno, agroindustrias rurales de base territorial en buena parte del territorio latinoamericano (Muchnik, 2012). Y tácitamente se respondía: "Pero ¿por qué no prestar atención a estas industrias? ¿Son atrasadas? ¿Están condenadas a desaparecer?".

Entre las ideas y las perspectivas que buscan explicar y sistematizar experiencias entorno a las transformaciones -y las tradiciones- que se sucedieron en el campo de lo agroalimentario, en el marco del cambio de época apuntado más arriba, el concepto de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) sintetiza una serie de revisiones, de posturas y de puntos de vista que comprenden lo alimentario, la historia, la producción desde el punto de vista territorial y cultural, que permite analizar las transformaciones que venimos señalando, para describir la realidad de las experiencias referidas a las producciones agroalimentarias locales. Propone una visión sistémica que pone al territorio como unidad de análisis y reafirma su inseparable vínculo con el alimento, aborda integralmente la acción de los actores del presente y del pasado, de prácticas y usos a través de escalas espacio-temporales, donde la historia y las relaciones espaciales definen el presente. Así, las preocupaciones en los años '90 -al menos de aquellos sectores que veían que la modernización no era una mejora en la calidad de vida para todos, fundamentalmente en áreas rurales, que producía externalidades negativas desde el punto de vista ambiental y crecientes niveles de pobreza rural, despoblamiento y la consecuente pérdida de diversidad biológica y cultural-, se encauzan a través de la reconceptualización del territorio y los activos agroalimentarios locales.

Según la primera definición de SIAL, del año 1998, formulada por Muchnik y Sautier, el mismo se entiende como "sistemas construidos por organizaciones de producción y de servicio (explotaciones agroalimentarias, empresas comerciales, restaurantes, etc.) asociadas, mediante sus características y funcionamiento, a un territorio específico. El medio, los productos, las personas, su saber-hacer, su comportamiento alimentario, sus redes de relaciones se combinan en un territorio para producir una forma de organización agroalimentaria a una escala espacial dada" (Muchnik y Sautier; 1998:4). Así queda expresado el marco del cual se desprenden las distintas formas de entender e intervenir desde este enfoque.

Pero si el enfoque SIAL surge como novedoso para analizar las relaciones que se establecieron a través de los años entre el territorio y el alimento, varios autores (Boucher, 2012; Muchnik, 2012; Correa, 2006) reconocen que es producto de otras miradas de los espacios locales y de la economía, que hacía tiempo reconocían una dinámica económica particular resultado de la concentración espacial de empresas, vistas a través de la lente del territorio.

Nos estamos refiriendo a los conceptos de distrito industrial, *clusters* y sistemas de producción locales (Boucher, 2012). El primero, desarrollado por Alfred Marshall, en la

década del '20 y redescubierto en los '70 (Becattini, 2002) pone acento en las sinergias que se producían al momento de la concentración de pequeñas industrias en un territorio: el entorno que se construía alrededor de cada una de ellas creaba una atmósfera empresarial particular, a partir de la cual la dicotomía competencia/cooperación potenciaba la economía del territorio.

El concepto de *cluster*, por su parte, limita su mirada a la simple concentración de empresas vinculadas a un solo rubro productivo, de la que derivan ventajas competitivas y en el que se reconocen fuertes determinaciones institucionales (Porter, citado por Torres Salcido, 2010). Por último, la idea de sistemas de producción local (SPL), que pone el “énfasis en las relaciones de colaboración entre empresas, las relaciones entre el sistema de producción y el sistemas socioinstitucional, el conocimiento y la movilidad de los trabajadores en la aglomeración de la producción, el papel de las instituciones locales y los recursos específicos de los territorios” (Courlet y Pecqueur, citados por Muchnik, 2012:30), es el antecedente más inmediato a los SIAL, del que se distingue por su especificidad alimentaria.

En este sentido, es posible identificar dos dimensiones que se conjugan y expresan en los SIAL, como constitutivas de los mismos y que son de particular interés para esta Tesis: la territorial y la alimentaria. En el caso del territorio esta relación se hace evidente cuando pasamos a entender al territorio ya no como un espacio meramente físico, descrito por sus características topográficas, donde a lo sumo las personas son actores desprovistos de historia, sino como “un espacio construido, culturalmente identificado e institucionalmente regulado” (López y Muchnik (1997) citado por Muchnik, 2012: 31). “El territorio es una expresión compleja que contiene grupos sociales, relaciones, conflictos... tiene un continente y un contenido” dice Bozzano (2000:28), agregando que “... el territorio o espacio geográfico es un lugar donde se desarrollan procesos naturales y donde se despliegan procesos sociales, cuya transformación lo torna más complejo que cualquier visión analítica profunda de sus componentes.

En este contexto, un territorio no es sólo la suma y la combinación de formas espaciales y procesos sociales. En sentido amplio y en tanto escenario de articulaciones complejas entre la sociedad y la naturaleza, el territorio contiene a estos y sus articulaciones. Por lo tanto territorio no es la naturaleza ni la sociedad, ni su articulación; sino naturaleza, sociedad y articulaciones juntas. En ese escenario, cada proceso adoptará una espacialidad particular” (Bozzano, 2000:29). Acercándonos a lo específicamente agroalimentario, desde la geografía, Nogar sostiene que los espacios rurales son investidos de una nueva simbología y de nuevos valores, ya que son analizados como fuente de bienes inmateriales y de valores simbólicos, además de productivos, frente a modelos sociales urbano-industriales (Nogar, 2013). En este sentido, Torres Salcido *et al* afirma que “la concepción tradicional de los territorios rurales como lugares aislados y dedicados básicamente a la producción agrícola ha experimentado grandes cambios en los últimos años” (Torres Salcido *et al*; 2010:9).

Hoy al mundo rural se le asignan nuevas funciones, que desbordan lo meramente agrícola; en nuestro caso, las ideas de Extezarreta respecto de las resistencias y la heterogeneidad del consumo, o bien Nogar cuando habla de la nueva investidura de los espacios rurales, nos hacen pensar que ese cambio de época se manifiesta precisamente en la reconceptualización

del territorio, en el lugar que pasa a tener en 'ese' territorio la cultura vinculada al alimento y en la revisión de las funciones del alimento propiamente dicho.

Ese continente y ese contenido se conformaron a través de una realidad relacional (Santos, según Bozzano, 2000) que se expresó de diversas maneras a través del tiempo, configurando las particularidades propias de cada territorio: las migraciones, con sus vacíos y sus influencias; las decisiones administrativas y políticas, intra y extra territoriales, que establecieron límites y disposiciones determinantes; las características medioambientales y la mayor o menor aptitud para determinados desarrollos; las identidades que se fueron definiendo a través del tiempo; todo eso y mucho más determina que a ese espacio lo entendamos construido históricamente, producto de múltiples acciones y decisiones.

Visto así, el territorio se convierte en un activo, un término propicio para abordar una dimensión como la territorial y una propuesta de desarrollo. Por su parte, Santos escribe que "... el espacio está formado por dos componentes que interactúan continuamente: a) la configuración territorial, es decir el conjunto de datos naturales, más o menos modificados por la acción consciente del hombre, a través de sucesivos sistemas de ingeniería, b) la dinámica social o el conjunto de relaciones que definen una sociedad en un momento dado (...) a cada momento histórico varía la disposición de esos objetos sobre el territorio" (Santos, 1996: 104). Entonces, este territorio, escenario de una multiplicidad de relaciones sociales, producto de complejas y diversas decisiones políticas (con origen dentro pero muy determinantemente fuera del mismo) y testigo de construcciones socio-económicas determinadas, se distingue de otros, entre otras consideraciones, por sus productos.

En el caso que nos toca, y a sabiendas de reducir el análisis a unos pocos componentes, reconocemos al tomate platense y su relación con el mismo, como productos característicos de nuestro territorio, 'representante' del mismo. El mismo se 'construye' a través del tiempo y fundamentalmente, con el aporte de los productores y sus familias. Pero no podemos desconocer lo que también aportaron técnicos, medieros, peones y todos cuanto pusieron sus conocimientos y experiencia en dicha construcción –imposible de ignorar la participación' de los consumidores locales-, en definitiva, los contenidos del territorio según Bozzano. Con relación a nuestra investigación, nos preguntamos ¿Un producto típico, local, hace más competitivo al territorio? ¿O el territorio, tal como lo estamos definiendo, hace más competitivo a un producto típico?

Anteriormente hablábamos de la especificidad alimentaria de los SIAL refiriéndonos a una serie de elementos que particularizan a este enfoque respecto de otras formas de ver la dinámica territorial. Ahora agregamos que cuando nos referimos a la dimensión alimentaria que define al concepto SIAL lo hacemos desde la idea de Sistema Agroalimentario, como una combinación, a una escala determinada, del medio, los productos, las personas, sus instituciones, su saber-hacer, los comportamientos alimentarios y sus redes de relaciones (Torres Salcido et al, 2010: 7). O sea, una serie de elementos que influyen y definen un sistema, cuyo producto es el alimento. Ese alimento, entendido como un producto definido tanto por su producción como por su consumo, refleja un saber hacer local que lo distingue de otros, similares pero no idénticos.

El alimento como tal sintetiza una serie de valores que se exponen en la decisión del acto de comer y representa una complejidad tal que amerita un tratamiento específico. Boucher señala tres puntos de vista que considera significativos para reforzar esta especificidad: el

comunitario, el científico y el operacional. El comunitario, refiere a que el alimento es producido históricamente en el territorio. Si bien esta idea está siendo superada en las últimas décadas por el desarrollo de la gran industria alimenticia (GIA), la ligazón que existe y que se reconoce entre el alimento y el territorio sigue siendo, en multiplicidad de casos, determinante; el científico, porque el estudio de lo agroalimentario requiere de la asistencia de múltiples disciplinas, desde las biotécnicas hasta las sociales, desde las características bioquímicas de un alimento hasta las representaciones que del mismo tiene una comunidad, pasando por su historia y las características del consumo: quien, como, cuando y porque se consume, más aún si se busca abordar a través de un enfoque interdisciplinario, una mirada integrada del mismo. Además, se incorporan las cuestiones operacionales determinadas por la diversidad de actores e instituciones que operan en el territorio, sus funciones y sus aspiraciones en torno al alimento (Boucher, 2012).

Asimismo, el desarrollo del concepto de Agroindustrias de Base Rural (AIR)⁸ ha sido clave en el desarrollo SIAL. A partir del reconocimiento en terreno de pequeñas concentraciones agroindustriales “basadas en tecnología y conocimiento locales capaces de 1) incrementar significativamente el valor obtenido por los productores rurales; 2) mejorar el ingreso familiar de los agricultores; 3) generar un número significativo de empleos en áreas rurales, 4) y contribuir a la seguridad alimentaria de la población” (Muchnik;2012:27), se revela la fuerte conexión que existe en determinados territorios del alimento con un saber-hacer local construido y arraigado localmente.

Es importante hacer hincapié en el reconocimiento que carga el producto, puesto que esa acción es la que puede llegar a hacer de un mismo producto un genérico de uno diferenciado, distinción básica para iniciar un proceso de activación. Los casos de la panela –caña de azúcar integral- de Colombia-, la farinha -harina de yuca- en Brasil o los quesos de Cajamarca, en Perú, son algunos de los ejemplos estudiados.

Otro aspecto interesante de abordar es la relación que se establece entre el pasado y el presente cuando desarrollamos el concepto SIAL. ¿Estamos queriendo traer el pasado al presente? ¿Revalorizar lo tradicional, por tradicional? La propuesta, lejos de presentar a los recursos agroalimentarios locales como una pieza de museo, busca adaptar ‘viejos productos’ a nuevas realidades, para lo cual se necesita adquirir nuevas habilidades (Torres Salcido et al, 2010: 28). Los SIAL no reclaman sostener la valorización de un producto o de un territorio como una nostalgia del pasado; el reto no es la vuelta a la tradición, sino reinventarlo con el fin de modernizarlo. Por eso, el concepto SIAL se presenta fuertemente ligado a la idea de innovación.

La definición del alimento como producto de un SIAL habilita plantear estrategias de valorización de productos locales (y/o de territorios), fundamentalmente en aquellos espacios caracterizados por tener una historia fuertemente vinculada con la producción de alimentos y una cultura gastronómica local como disparador de propuestas de desarrollo.

⁸La agroindustria rural se define como “la actividad que permite aumentar y retener, en las zonas rurales, el valor agregado de la producción de economías campesinas, a través de la ejecución de tareas de postcosecha en los productos provenientes de explotaciones silvo-agropecuarias, tales como la selección, el lavado, la clasificación, el almacenamiento, la conservación, la transformación, el empaque, el transporte y la comercialización”. (Boucher y Riveros, 2000)

En este punto empezamos a hablar de recursos territorializados: el queso ya no es queso, es queso de Cajamarca, el vino ya no es vino, es vino de la costa de Berisso. Pero avanzar hacia la valorización y su posible derivación en una propuesta de desarrollo no está dada. Se inicia un camino que parte de la intencionalidad de los actores para convertir al producto territorial en un recurso territorial, y se pone en discusión el punto de vista operacional, del que hablábamos más arriba, porque son los actores del territorio sumados a las instituciones locales y/o extralocales las que dan curso a la intervención.

Volviendo también a la noción de desarrollo desarrollada en párrafos anteriores y de cómo la conceptualicemos, se desprende, entre muchas otras ideas, la evolución de lo agroalimentario, desde lo que se abrirá la revalorización de producciones típicas para abordar la intervención. Ahora bien, cabe preguntarse si la activación-revalorización de un producto típico ¿es sinónimo de desarrollo? ¿Alcanza con el reconocimiento, la difusión y el sobreprecio?

Por último, hay una tercera derivación del enfoque SIAL –desarrollada más recientemente– y es la de entenderlo como una herramienta institucional, para la planificación del desarrollo y la gobernanza (Muchnik, 2012). El enfoque SIAL puede ser adoptado en América Latina como fuente promisoría de políticas públicas de desarrollo rural territorial” (Torres Salcido *et al*, 2010:14).

Desde nuestra perspectiva, la función de los productos de la tierra –del territorio y en nuestro caso el tomate platense–, no se termina en la de satisfacer las necesidades de alimentos (sin dejar de reconocer, obviamente la trascendencia del mismo) o de fibras, que tiene la sociedad. Estas producciones, reconocidas por su historia, su saber-hacer, su construcción local, cumplen con variadas funciones en el territorio: preservar la biodiversidad, mantener un paisaje, acompañar el mantenimiento de una cultura, etc. Estamos hablando de la multifuncionalidad de los productos de la tierra.

Si bien es cierto que el concepto de multifuncionalidad tiene sus raíces en la defensa del modelo rural europeo y sus políticas de subsidios a la producción primaria (Reig Martínez, 2002), no es menos cierto que reconocer esta multiplicidad de funciones nos permite ver a los productos de la tierra desde otra perspectiva. Múltiples discusiones corrieron alrededor de las intenciones reales de esta definición, discusiones que ocultaban intereses que iban más allá del aceptar si un alimento cumple con otros roles en la vida cotidiana de la gente. Esas discusiones marcaban también dos modelos de agricultura: aquel que decía que el resultado de la producción agropecuaria se restringe a la materia prima y aquel que dice que la producción de alimentos cumple con otros papeles que hacen de la misma un bien público.

Esta corriente, por cierto es minoritaria en los foros y debates que abordan esta problemática, pero no la hace de ninguna manera desatendible. La agricultura genera externalidades positivas cuando ordena la ocupación del territorio, preserva especies en riesgo de desaparecer, favorece el incremento y la distribución de la riqueza dentro de un territorio, producto de políticas públicas (Atance, Bardají y Tió, en Rodríguez Borray, 2002) y de las acciones privadas.

El concepto tiene sus orígenes en Europa, pero inevitablemente su reconocimiento llega a Latinoamérica, si bien es cierto que la agricultura sobre la cual descansa es muy distinta a la europea: aquí el reconocimiento de la multifuncionalidad agrícola supone una defensa ante la agricultura globalizada, homogénea y extensiva, que en una diversidad importante de rubros avanza sobre producciones locales desarrolladas por décadas. Hoy un ejemplo palpable es la agriculturización (más aún, la sojización) y sus consecuencias, al ocupar montes, áreas hortícolas, tierras marginales, cuencas lecheras, deforestando, amenazando culturas y la disponibilidad histórica en la Argentina de variedad de alimentos, tanto para el consumo interno como para la exportación. En este sentido, “para enfrentar los procesos de globalización de la economía, que afectan directamente la competitividad agropecuaria y la permanencia de los sistemas productivos rurales, en los años ochenta, en Latinoamérica surgió una corriente de pensamiento socioeconómico que ha desarrollado las bases conceptuales y busca el fortalecimiento de la agroindustria rural (AIR)...-como- una estrategia viable de desarrollo de las economías campesinas...” (Rodríguez Borray, 2004: 102). Esta idea con el tiempo desarrolló lazos muy estrechos, como veíamos más arriba, con la definición posterior del concepto SIAL.

En esta Tesis vamos a abordar la experiencia de la revalorización del tomate platense a partir de una propuesta de desarrollo según se describe más arriba, para lo cual es necesario conocer el producto, sus relaciones, la historia de su construcción local y el proceso que nace como tal en el año 1999, pero que recoge la historia, la experiencia y el trabajo de una innumerable y diversa cantidad de actores ‘territorializados’.

CAPÍTULO II METODOLOGÍA Y OBJETIVOS

Introducción

La investigación desarrollada para esta Tesis se basó en una estrategia metodológica que se valió de diversas actividades y técnicas para la descripción y análisis de la experiencia objeto de este estudio y de los objetivos planteados para el trabajo. En este sentido, distinguimos dos planos en este abordaje: desde el punto de vista analítico se planteó como un estudio de caso mientras que la intervención propiamente dicha se sostuvo desde la perspectiva de la investigación-acción participativa como metodología de intervención social.

Ambos enfoques metodológicos interactuaron aportando datos, marcando los tiempos de la intervención y permitieron obtener conclusiones parciales que determinaron los pasos a seguir. En este caso, la intervención de docentes-investigadores-extensionistas junto con productores y consumidores aportaron miradas y expectativas que fueron configurando las acciones del proyecto.

1. El “estudio de caso” del tomate platense

Stake (1999) ubica los estudios de caso dentro de la investigación cualitativa, que a diferencia de la cuantitativa no busca explicar y hacer generalizaciones, sino que procura comprender desde adentro de la singularidad de cada caso. Un estudio de caso busca abordar un caso particular, en su unicidad y complejidad, de forma de poder comprenderlo sin la obligación de generalizar, pero entendiendo que del análisis del mismo inevitablemente se generan aprendizajes que son pasibles de tomar en caso de situaciones o casos similares. En nuestro estudio, se trata de la revalorización de producciones agroalimentarias típicas, dado que en el mundo agroalimentario en general y en el del consumo en particular se suceden situaciones similares en muy diversos territorios.

Nuestro caso analizado se valió de la revisión y análisis de la historia y las transformaciones que se sucedieron en el territorio así como los actores que protagonizaron esa transformación. Con la revisión de múltiples artículos, notas periodísticas, bibliografía referida al caso y su contexto, censos y otras herramientas estadísticas, fotografías, etc. así como entrevistas en profundidad semiestructuradas, observación participante, y siendo consciente de los sesgos –producto de la decisión de tomar este caso, así como del interés y entusiasmo que inevitablemente influyen en el curso de la acciones- se fue reconstruyendo una historia y analizando las regularidades y los cambios que se sucedieron en el territorio en todo este tiempo. Acordamos con Stake al sostener que el estudio de casos es el estudio de la particularidad y de la complejidad de un caso singular, para llegar a comprender su actividad en circunstancias importantes.

Para la determinación de la historia hortícola local se recurrió a censos nacionales y provinciales y otras herramientas estadísticas tales como:

- Primer Censo de la República Argentina. Año 1872.

- Censo General de la Provincia de Buenos Aires. Año 1881.
- Reseña Estadística y descriptiva de La Plata. Año 1885
- Catálogo General de Mensuras de la Provincia de Buenos Aires. Año 1915.
- Censo Hortícola 1998. El mismo abarcó los partidos de La Plata, Florencio Varela, Berazategui, Merlo, Moreno, Gral. Rodríguez, Cañuelas, Ezeiza, Marcos Paz, Luján, Zárate y Magdalena. Año 1998.

Esta información fue útil para determinar la presencia de producción hortícola en el territorio del Cinturón Verde Platense y su evolución en los años que sucedieron a la creación del partido de La Plata. Se tomaron como datos la existencia de producción agropecuaria y hortícola, las superficies ocupadas, la distribución de la tierra según distintas actividades económicas.

Las fotografías fueron de utilidad para repasar las características de la producción hortícola local y la presencia de la familia en dichas actividades. En general fueron aportadas por las familias entrevistadas.

En cuanto a las entrevistas se realizaron a quinteros que produjeron y producen tomate platense en la actualidad. A los mismos los ubicamos, genéricamente, como productores familiares medianos a poco capitalizados, con residencia en el Cinturón Verde Platense. Asimismo, se entrevistó a consumidores de tomate platense, de residencia urbana y con ninguna relación en la actualidad con la producción hortícola.

Los artículos periodísticos examinados fueron publicados posteriormente al inicio de las acciones del Proyecto de Revalorización del Tomate Platense y se vinculan con medios gráficos de alcance local y regional. También, se analizaron publicaciones oficiales, como varias ediciones del Almanaque del Ministerio de Agricultura, de publicación anual; en el mismo se pudo determinar la primera mención al tomate platense como cultivo particular.

La observación participante se realizó a lo largo de las reuniones que tuvieron durante el desarrollo del proyecto de revalorización de tomate platense los miembros del Grupo de Productores de Tomate Platense junto con el equipo técnico del proyecto. Fueron reuniones periódicas con distinta frecuencia que no superó el mes entre una y otra reunión.

2 La aplicación de investigación-acción participativa

Por su parte, el análisis de la intervención propiamente dicha se sostuvo desde la perspectiva de la investigación-acción participativa como metodología de intervención social, porque entendemos que su marco teórico busca una elaboración común entre la mirada técnico-científica y la perspectiva de la comunidad involucrada. Es esa mirada común la que va direccionando las acciones que marcan los tiempos y los límites de la intervención. En este caso, se aplicaron diversas técnicas, como los encuentros grupales – dentro de los cuales se trabajó la lluvia de ideas, la técnica nominal, la priorización de actividades, etc.- y las entrevistas semiestructuradas. En este sentido, entendemos que toda intervención en el medio (tanto sea físico, como natural o social) está sostenida en un marco teórico que explica las formas y el fondo de la misma; en nuestro caso, tomamos a la

Investigación-Acción Participativa (IAP) (Ander Egg, 2013; Park, 1992; Fals Borda, 1991) para el abordaje de la intervención porque entendemos que su marco teórico comprende una mirada que busca involucrar a la población destinataria, tanto en las definiciones de objetivos como en las acciones mismas, sin desconocer el lugar que le cabe a cada participante. En este caso, entendemos la “investigación” como procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico, que tiene por finalidad estudiar algún aspecto de la realidad, que con una expresa finalidad práctica, debe alcanzar un producto transformador, o la “acción”.

Esta acción indica que la forma de realizar el estudio es ya un modo de intervención y que el propósito de la investigación está orientado a la acción, siendo ella a su vez fuente de conocimiento y tiene que considerar en su desarrollo el involucramiento de la población interesada, de ahí deviene su carácter “participativo”, dado que es una actividad en cuyo proceso están involucrados tanto investigadores (equipo técnico y agentes externos), como los mismos destinatarios de los programas, que ya no son consideradas como simple objeto de investigación, sino como sujetos activos que contribuyen a conocer y transformar la realidad en la que están implicados (Ander Egg, 2003: 32): ni el imperio del investigador ni la hegemonía del destinatario.

En nuestro caso y en la formulación misma de los proyectos, los grandes objetivos se definen en gabinete pero en el desarrollo de estos, las definiciones en el cotidiano y en las evaluaciones y consecuentemente en las redefiniciones, se buscó la interacción con los destinatarios, fundamentalmente con el grupo de productores y buscando involucrar a otros actores locales en la definición de problemas. En una propuesta de estas características, donde se busca la revalorización de un cultivo desplazado –el tomate platense-, tratando de alcanzar una síntesis entre el pasado y el futuro, la participación tiene también un sentido estratégico, porque más allá de ser un derecho, se trata de hacer más eficiente, realista e inclusiva una intervención.

En este caso, dice Ander Egg (2003) la IAP no se aborda con técnicas exclusivas de esta metodología, pero el uso y la combinación de dichas técnicas tienen que ser coherentes con una manera de ver la intervención y los resultados que se esperan de ella. Los encuentros periódicos del equipo de trabajo, las reuniones del y con el grupo de productores, las entrevistas, los talleres, la revisión bibliográfica, los espacios compartidos con otras instituciones, etc. fueron las actividades que se seleccionaron y se sucedieron a lo largo del tiempo. En nuestro caso, el ‘para qué’ y el ‘con quién’ de la intervención abonan la idea de abordar la experiencia desde una perspectiva que promueve la participación (en la definición del problema y en la toma de decisiones) del conjunto.

3. Objetivos de la investigación

Esta Tesis se plantea como objetivo general describir, analizar y comprender el proceso de transformación del tomate al tomate platense, esto es desde un *commodity* barato a un producto diferenciado, desde una perspectiva que privilegia la presencia de múltiples dimensiones -económicas, sociales, políticas, culturales, tecnológicas, productivas y de consumo- y sus interacciones.

Son objetivos específicos de la Tesis los siguientes:

- Analizar los cambios sucedidos en el sistema agroalimentario a escala nacional y global y considerar su interacción con el caso bajo estudio.
- Describir botánica y productivamente al tomate platense, incluyendo aspectos biofísicos, tecnológicos, económicos, entre los más relevantes.
- Analizar los componentes que conforman el sistema producción y de consumo del tomate platense, identificando actividades, agentes y situaciones que lo condicionan e influyen en su evolución.
- Analizar la transformación, los efectos y las consecuencias del proceso de *commodity* a producto diferenciado sobre los productores y el mercado.
- Comprender los aspectos sociales que forman parte de los procesos de adaptación o resistencia a las transformaciones y trayectoria analizadas.

CAPÍTULO III

EL TOMATE Y EL TOMATE PLATENSE

Introducción

El así llamado “Cinturón Verde Bonaerense” (CVB) corresponde al área de producción de hortalizas que rodea a la ciudad de Buenos Aires. Benencia (1997) lo divide geográficamente en 3 zonas: norte, oeste y sur. Dentro de la zona sur, estará ubicado el “Cinturón Verde Platense” (CVP), conformado por los partidos de Berisso, La Plata, Florencio Varela y Berazategui. Esta zona es la que tuvo un desarrollo de tipo capitalista más temprano y avanzado y es en los alrededores de La Plata donde se concentraba en esos años, la mayor cantidad de productores de tipo familiar del CVB.

En el área del CVP, existen referencias del cultivo de hortalizas en general y de tomate en particular desde las últimas décadas del S XIX. La fundación de la ciudad de La Plata en 1882, pensada y planeada con criterios modernos, da las condiciones para el crecimiento y el desarrollo de la producción hortícola en la región. Lo que vendrá después seguramente acomodará el camino para el arraigo del cultivo. Pero antes de la historia, vamos un poco a la planta y su cultivo.

1. Características de la planta y su cultivo

El tomate –*Lycopersicon esculentum* Mill.⁹ - es una planta dicotiledónea, perteneciente a la familia de las solanáceas, junto a otras hortalizas como los ajíes y la berenjena o el tabaco. Perenne, es de porte rastrero, semi rastrero o erecto. La semilla es de forma lenticular, de dimensiones aproximadas de 5 x 4 x 2 mm, contabilizando entre 350 y 400 semillas por gramo. El sistema radicular está compuesto por una raíz principal, raíces secundarias y raíces adventicias. Las raíces adventicias se desarrollan en el tallo, cuando el ambiente favorece su manifestación. La estructura de la planta es un simpodio a partir de la aparición del primer racimo; en la etapa anterior crece de manera monopodial. El eje principal puede llegar a los 10 m en las variedades indeterminadas y apenas superar los 2 m en las determinadas¹⁰. Las hojas son compuestas, imparipinnadas, de 7 a 9 folíolos y se disponen de forma alternada a lo largo del eje. En la axila formada por el eje y la inserción de las

⁹ Hasta hace unos años se aceptó la asignación del tomate al género *Lycopersicum*, tal y como lo definió Miller en 1754, reconociéndose un total de nueve especies silvestres relacionadas (Esquinas-Alcázar y Nuez, 1995; VerganiGualazzi, 2002). Recientemente, ha sido propuesto un cambio en la nomenclatura del género *Lycopersicum* por la cual *Lycopersicon esculentum* Mill. pasó a denominarse *Solanum lycopersium* L. (Spooner et al., 2000).

Familia: Solanáceas
Género: *Solanum*
Especie: *lycopersicum*

¹⁰ Las variedades indeterminadas –asociado a las variedades más tradicionales, entre las que encontramos al tomate platense- son aquellas de ciclo más largo, con una estructura de planta más laxa, tienen un período de cosecha más largo y menos concentrado y se estima un mayor rendimiento respecto de las determinadas.

hojas se disponen hasta 3 yemas desde donde se producirá el crecimiento secundario, dando lugar numerosos ejes secundarios.

La flor del tomate es perfecta, regular e hipógina; se encuentra reunidas en inflorescencias llamadas racimos o coronas en número variable, que nacen de las axilas de las hojas: cada aproximadamente 3 hojas, en las variedades indeterminadas y cada 1 ó 2 hojas en las variedades determinadas. De la fecundación y cuajado de las flores nacen los frutos, botánicamente denominados bayas, bi o pluriloculares, de entre 5 y 500 g de peso. Estructuralmente está formado por pericarpio –comúnmente denominada piel-, tejido placentario -la pulpa- y las semillas, que en el fruto maduro están rodeadas de un mucílago, formado de células de tipo parenquimático. La unión del fruto a la planta se realiza por el pedicelo o pedúnculo, definiendo la zona peduncular, mientras que la cicatriz dejada por la inserción del estilo al ovario se denomina cicatriz pistilar. Toda la planta, salvo los frutos, está cubierta de pelos glandulares, que le dan textura y olor característico (Folquer, 1979; Nuez, 1995).

Brevemente, el tipo de conducción del cultivo tradicional de tomate redondo –dentro de los que encontramos al tomate platense-, es el siguiente:

- El ciclo: el tomate es una especie perenne, aunque por razones ambientales y económico-productivas se lo cultiva como anual, dado que los fríos de la temporada invernal -en áreas de clima templado-, provocan el detenimiento del desarrollo de la planta, la falta de crecimiento y hasta la muerte por efecto del frío intenso y las heladas.

- El inicio: el cultivo de tomate comercial se inicia con la producción del ‘plantín’ en un almácigo, que consiste en cultivar los primeros estadíos de la planta en un ambiente protegido, hasta que la misma alcanza las 6 u 8 hojas verdaderas; en ese momento se realiza el trasplante al sitio de cultivo definitivo. Tradicionalmente, el almácigo se realiza en tierra, cubriendo las pequeñas plantas con vidrios o más modernamente con nylon; en la actualidad, se ha impuesto el uso de ‘*spildings*’ o bandejas, con un número variado de celdas o ‘macetitas’ para los primeros estadíos del cultivo. La adopción del uso del *spildig* permite el trasplante del plantín con pan de tierra, lo que evita el denominado ‘stress’ postransplante.

- La conducción: históricamente, el tomate se condujo ‘a campo’ en barracas, pero en los últimos años, se ha difundido universalmente el cultivo ‘protegido’ en invernaderos. Las variedades redondas –entre las que encontramos al tomate platense- y a diferencia de las biloculares –comúnmente denominadas ‘tomate perita’ o tomate industria-, se conducen perpendiculares al suelo, con distintas estructuras, tanto sea con las tradicionales ‘barracas’ o ‘caballetes’, con cañas, alambres y junco –generalmente en el cultivo “a campo”-, o bien, en los cultivos bajo cobertura plástica, a lo largo de hilos plásticos que cuelgan de un alambre dispuesto longitudinalmente, en los que el productor va enroscando la planta periódicamente. Las labores comunes en el manejo del cultivo son el riego periódico, el debrote, el aporque, el atado –en el caso de la conducción en barracas o caballetes- y eventualmente el desflores y capado.

- La cosecha: dado que el fruto del tomate es de tipo climatérico –continúa su maduración una vez separado de la planta-, dependiendo del tipo de mercado al cual esté dirigido –mercado concentrador, directo al consumidor, etc.-, la cosecha se realiza en estado pintón o pintón-maduro. La frecuencia depende de varias circunstancias: las necesidades del mercado, el precio de mercado, el estado de la planta, el clima:

generalmente se realiza el ‘repasso’ cada 2 ó 3 días. El estado de madurez comercial se alcanza ya cosechado el fruto.

2. Origen y recorrido histórico del tomate

El tomate tiene su centro de origen en América del Sur, en el área comprendida entre los andes peruanos y ecuatorianos, desde el Sur de Colombia al Norte de Chile y desde la costa del Pacífico (incluidas las islas Galápagos) a las estribaciones orientales de los Andes, comprendiendo los países de Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia y Chile. Fue en México donde se domesticó, quizá porque crecería como mala hierba entre los huertos (Esquinas-Alcázar y Nuez, 1995; Vallejo Cabrera, 1999).

A la llegada de los españoles a América, el tomate estaba integrado en la cultura azteca y en la de otros pueblos del área mesoamericana, existiendo diversidad de tamaños, formas y colores del fruto por lo que se considera que se había formado un centro de diversificación secundario de la especie. El nombre con que lo conocemos, tomate, proviene de la lengua nahuatl, hablada por los aztecas, quienes distinguieron tomates de fruto grande, denominados jitomate o xitomate¹¹ –al que actualmente denominamos tomate- y otros de fruto pequeño, cubiertos por una membrana, verdes a la madurez, denominados tomatl o simplemente tomate, como se lo conoce actualmente en áreas del sur de México y Guatemala. Para precisar la especie se empleaba un prefijo calificativo, así para *L. esculentum* se usaba xitomatl (jitomate) mientras que la especie más apreciada y empleada por los aztecas, *Physalis philadelphica* Lam., se denominaba miltomatl, tomate de milpa o simplemente tomate (Josafad et al., 1998; Vergani Gualazzi, 2002). El vocablo tomate no se introdujo en la lengua castellana hasta 1532, aplicado genéricamente para plantas con frutos globosos o bayas, con muchas semillas y pulpa acuosa.

Cuando el tomate fue introducido en el Viejo Continente tuvo una aceptación muy desigual. En España, Portugal e Italia pasó rápidamente a formar parte de la gastronomía popular. En el resto de Europa fue usado sólo como planta ornamental, por sus flores amarillas y sus bayas rojas o amarillas. Esta reticencia a su consumo se debió fundamentalmente a que la mayoría de las solanáceas europeas son ricas en alcaloides tóxicos, cuando no mortales (Heddel, López y González, 1984; Vergani Gualazzi, 2002). Esta situación se mantuvo en algunos países como Alemania hasta principios del siglo XIX mientras que España y Portugal lo difundieron por todo el mundo a través de sus rutas comerciales y colonias de ultramar, llegando a Oriente Medio -y de allí a otros países asiáticos-, a África y a sudamérica; asimismo de Europa se difundió a Estados Unidos y Canadá (Esquinas-Alcázar y Nuez, 1995; Josafad et al, 1998).

3. La horticultura local

Podemos decir que la producción hortícola de la zona tiene los mismos años que la ciudad de La Plata. Fundada en 1882 para que se instalen allí los poderes provinciales, en su diseño, además de reservar lugares dentro de sus límites para la construcción de edificios de

¹¹En nahuatl, el prefijo xi significa grande, gigante.

la administración pública, la educación, las artes, el culto católico, etc., estuvieron pensadas las áreas en donde se debían instalar aquellos productores que la proveyeran de frutas y verduras frescas, así como de leche y sus derivados (Morosi, 1981; de Paula, 1982; Díaz, 1982). Así es como nace la horticultura local. En el diseño de esta ciudad, planificada en una concepción modernista e higienista, se proyectaron sus avenidas –equidistantemente dispuestas cada 6 cuadras- hacia el ‘campo’ -fundamentalmente su ‘lateral’ NorO-SO-, donde se disponen predios para la producción de hortalizas y más distantes y de mayor tamaño, aquellos que produzcan leche y frutales.



El ejido urbano de La Plata. Veáse el área sur-este y nor-oeste, con un diseño destinado a la producción primaria.

“Si bien la ciudad se pensó inicialmente restringida a un cuadrado, se planteó también a su alrededor una gran extensión como ejido, compuesta de ‘chacras’ y ‘quintas’, para cuya disposición se adoptó la misma organización de trazado que para la ciudad” (Morosi, 1981: 16). Así, la ciudad iba a ser abastecida de buena parte de los alimentos que necesitara. Si bien, a los pocos años de fundada la misma ya cuenta con centros de comercialización de frutas y verduras, -Mercado 25 de Mayo- (Domecq, 2004: 5), exactamente 11 años después de su fundación, el día 19 de noviembre de 1893, se inaugura la primera feria franca en la ciudad “como consecuencia de la imposibilidad de los productores de la zona del Gran La Plata de transportar su producción para vender en el Mercado de Abasto de Buenos Aires por los actos de vandalismo y los asaltos a los carros que transportaban la mercadería por aquellas épocas” (Domecq, 2004: 29). Por su parte, una noticia del diario El Día, de La Plata, señalaba el 10 de febrero de 1892:

“EXPORTACIONES POR EL PUERTO DE LA PLATA

En el vapor Tagus, que salió de nuestro puerto, fueron embarcados en enero con destino a Southampton (Inglaterra) diecinueve barricas de cebolla y doce canastos grandes de tomate. Naturalmente, unas y otros eran especiales, de un tamaño y calidad hermosísimos. El cargador de esta mercancía es el señor E. Faquet y si, como es de esperar, tiene buen éxito esta tentativa, nuestro país hallará mercado consumidor para muchas legumbres”.

Resulta difícil creer que tomates cosechados en las quintas de la ciudad –de donde entendemos provenían esos tomates- llegaran a destino manteniendo su calidad intacta,

pero esta referencia –y las anteriores- señalan indirectamente la existencia de una producción hortícola temprana en los alrededores de la flamante capital de la provincia.

También tenemos referencias directas de cultivo de hortalizas en los comienzos de Siglo XX. “Aparte de las quintas familiares, dos había que daban por su importancia, caracteres comerciales, en cierto modo, a toda la zona. La Quinta Grande, como se la conocía, ocupaba desde la calle 522 a 526 y de 116 a 118. Eran terrenos arrendados al señor Puleston, primero por Carlos Blas y Hno. que abastecía al negocio al por mayor y menor del señor Vicente de Gaetano, quien la compró en 1909 o 1910. Las verduras se comercializaban en el mercado Buenos Aires llamado luego de Abasto de La Plata (que fuera demolido a principio de la década del 70) y en el mercado de Abasto de Buenos Aires. Estas últimas eran cargadas en la estación de trenes de Tolosa y enviadas en vagones a la capital. El número de peones que trabajaban en ese tiempo era de 30 a 40, según la época, y se les pagaba mensualmente. La parte de la quinta en que estaba la casa, 116 y 117, la dedicaban al cultivo de verduras finas, en especial apio blanco, que era de gran tamaño y de buena calidad. Tenía además una zanja para el berro, que partía desde el molino, instalado especialmente para este fin. También contaba la quinta con una noria para el riego, movida por mulas y yeguarizos. La parte de atrás, que se entendía desde las calles 522 a 524, se dedicaba al cultivo de verduras gruesas: zapallos, coliflores, repollos, alcauciles, maíz, alfalfa, etc. Esta estaba dividida de la parte anterior por la calle 524.” (Blogspot Agrupación Tolosa).

Asimismo, el Censo Nacional de 1914 se menciona la producción hortícola en el partido de La Plata (Díaz; 1982: 167).

En una periodización de la horticultura en el CVB, Benencia (1997) propone 4 momentos:

- Una etapa inicial, que, si bien se consolida a partir de los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, en La Plata se manifiesta ya a fines del S XIX-principios del S XX, donde “las explotaciones eran en general de reducidas dimensiones –inferiores a las 5 hs.-, donde predomina la mano de obra familiar y un manejo casi autosuficiente en materia de insumos para llevar a cabo los cultivos” (Benencia, 1997: 34).
- Una etapa comercial, que llega hasta mediados de los ‘70, se caracteriza por la diferenciación y el acceso al eslabón comercial de parte de los horticultores de la región acentuando esa diferenciación.
- Una etapa de expansión, en la que los quinteros “con mayores recursos se abocaron a ampliar el tamaño de las explotaciones -por compra o por arriendo, de ahí lo de expansión flexible-, de manera tal de lograr economías de escala que le permitieran reducir costos fijos... y mantener los márgenes anteriores de ganancia” (Benencia, 1997: 36). En esta etapa, Benencia destaca el uso de sistemas de riego, tractores de mayor potencia y semillas híbridas, ya como componentes de una modernización tecnológica que se acelera rápidamente. Se suma asimismo, la incorporación masiva de la mediería, que rompe en algún sentido el esquema de trabajo basado casi exclusivamente en la mano de obra familiar -la difusión de la mediería, con la capacidad de trabajo y acumulación que mostró un número importante de medieros, es un dato importante en la posterior resurrección-. Hacia el fin de esta etapa se reconoce, desde el consumo, un vuelco hacia la búsqueda de mercadería con determinados niveles de calidad y presentación, relegando productos tradicionales o considerados de

calidad inferior. En este momento situamos el comienzo de la ‘muerte’ del tomate platense.

- Y una última etapa, la del invernáculo (ubicada entre fines de los '80 -inicios de los '90) observa Benencia la plena adopción de un paquete tecnológico en el cual se consolida un modelo productivo, se define cierta especialización en 2 ó 3 cultivos (tomate, pimiento y apio). Los materiales mejorados o híbridos dominan la escena productiva, relegando finalmente al tomate platense.

4. El tomate en la región

Con el nacimiento de la horticultura, nace la producción de tomate, que como ya se ha dicho no nace como tomate platense. En sus comienzos se cultivaban el ‘tomate de tierra’- o conserva- y el ‘francesito’, pero el ingreso de nuevos materiales que buscaban mejorar al producto hizo que fueran desplazados paulatinamente por una variedad de semillas de muy diverso origen. En las semilleras de la región o en las publicaciones de divulgación se promovían materiales comerciales conocidos como Hoja Crespa, Ponderoso Violeta, Ponderoso genuino, Invulnerable, Durazno, Rey amarillo, Conserva (tomate de tierra), Perdrigeon de Monthley, Incomparable (Scasso, c. 1930) o bien Santa Clara, Marglobe, Perdrigeon, Enano violeta, Conserva, Rojo Grande, San Marzano (AA.VV., 1944), entre otros. Seguramente algunos descartados con el tiempo y otros incorporados a las rotaciones en las quintas. Asimismo, existen versiones transmitidas por los mismos quinteros que tienen su historia personal sobre el tomate platense. Lo cierto es que de esas semillas, de su apropiación por los productores, del reconocimiento y demanda de los consumidores se estabilizó un material que se hizo famoso como tomate platense, considerado como un fiel representante de la horticultura local y parámetro popular del gusto del tomate.

Una de las primeras referencias escritas del cultivo de tomate en la región lo encontramos en un boletín de la Dirección de Agronomías Regionales, del año 1926, en la que se nombra un conjunto de variedades ensayadas en el partido de Morón, entre los que se señala la presencia de varios materiales, presentados posteriormente como antecesores del tomate platense (Scasso, circa 1930). En esta publicación, cada variedad está acompañada de un dibujo que esquematiza la forma del fruto y hace asimismo referencia a los catálogos de las empresas que las comercializaban –J. A. Diharce y Cía., Vilmorin-Andrieux, etc.-.

De este modo podemos percibir la presencia de diversos materiales con aspecto similar al finalmente popularizado como tomate platense. Entre los materiales señalados figuran el Perdrigeon, el Invulnerable, el Rojo Precoz, etc. Asimismo, en esta publicación se señala la existencia del “tomate de tierra” así como el “tomate francés”, indicados en el relato de productores de la zona, como variedades que acompañaron el cultivo del tomate platense, y que de alguna manera este las desplazó de las quintas. En otra publicación de 1944 -Revista La Chacra-, se señalan nuevamente otros materiales que acompañaron el desarrollo del tomate platense: Santa Clara, Marglobe, Rojo precoz, Invulnerable, Perdrigeon, entre otros cultivados en el país (Anónimo, 1944). Entendemos que dadas las prácticas de la autoproducción de semillas y de su intercambio ‘buscando renovar la sangre’ un número importante de estas variedades pasó a ser parte del conjunto de materiales que definieron al tomate platense actual.

Pero respecto del tomate platense propiamente dicho, nombrado como tal, hemos localizado diversos artículos que señalan posibles orígenes y lo nombran en ensayos comparativos o bien determinan sus atributos más destacados. En el Almanaque del Ministerio de Agricultura de Nación del año 1939 –primer referencia localizada- indican al tomate platense como variedad argentina junto a otros materiales comerciales como ‘Sioux’, ‘Bonny Best’, ‘San Marzano’ o ‘Rutgers’. Se lo caracteriza así: “Especialmente indicada para la región litoral, cultivada en casi todo el país por su rusticidad y buen comportamiento... Fruto de calidad mediocre para el consumo pero buen comportamiento para el transporte, de tamaño grande, de lóbulos bien marcados, con espacios vacíos y mucha semilla”.

Más tarde, en el año 1950 en la Revista Mundo Agrario, nuevamente se nombra la variedad platense de tomate como tal. En la misma, se señala su posible origen, como una de las tantas variedades redonda-achatada. Dice Juan Carlos De Pablo Pardo, autor de la misma, que el tomate platense sería una versión de la variedad Santa Clara, norteamericana o bien un híbrido natural entre las variedades Genovés –suponemos se refiere al tomate de Génova-, de origen europeo, y Marglobe, de origen norteamericano, “difundido este último –por el tomate platense- por un quintero de la región platense” (De Pablo Pardo, 1950: 114). A partir de ese año, las publicaciones a las cuales se tuvo acceso señalan ya a la variedad platense, entre otras variedades cultivadas y promovidas en nuestra región, destacando al tomate platense como la mejor adaptada y de mejor performance en el área próxima al Cinturón Verde Platense. En su nota “Los tomates cultivados alrededor de Buenos Aires”, del Ing. Agr. Alfonso Castronovo, publicada en la revista IDIA, del año 1951, señala al tomate platense como “el más valioso y difundido de los tres” –haciendo referencia a otros tomates cultivados en la época, como el criollo o el redondo... pudiéndose hacer remontar su antigüedad a unos 20 o 25 años...” respecto de cuando se publicó el artículo, y lo caracteriza como “un tomate vigoroso, de follaje abundante de color verde intenso, indeterminado y conocido también como ‘Raya Negra’, ‘Raya Verde’, ‘Colorado Grande’, etc.” (Castronovo, 1951).

En un ensayo realizado en el campo experimental de la, en ese entonces Facultad de Agronomía de Universidad Nacional de La Plata (hoy Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la UNLP), los Ings. Agrs. Víctor Rivero y Luis Sillón, comparan tomates cultivados en la zona, y entre los mismos utilizan 3 variedades de tomate platense, “dos de las cuales son producidas por ‘quinteros de la zona’ y la tercera es producto de una selección de tomate platense realizada por un establecimiento productor de semilla...”. La publicación data del año 1951 y los ensayos se realizaron en la campaña 1949-1950 (Rivero, 1951).

En la revista La Chacra, esta vez del año 1953, figura el cultivo de tomate platense entre otras variedades –nombran nuevamente a las variedades Ponderoso y Genovés-, y le reconocen, en ese entonces, “...gran resistencia al transporte y enfermedades criptogámicas” (Piovano, 1953: 42). En este mismo artículo, el autor señala que “...se debe a un agricultor auténtico, el señor don Domingo De Filitto, quien en su huerta comenzó, allá por el año 1928, a cultivar un tipo –de tomate- resistente a enfermedades, con semillas que obtuviera de los frutos de una planta que mostrara, en oportunidad de un gran ataque,

marcada resistencia. Por las características del fruto lo llamó 'Raya Verde' y más tarde ofreció su semilla para la distribución y venta a la antigua semillería argentina Calé, Alexandre y Cía., la que en su sucursal del Mercado de Abasto la popularizó entre los agricultores". Sigue el relato diciendo que "Es interesante consultar los catálogos del año 1940 en adelante y observar que la semilla de este tipo y con el nombre de 'Tomate de La Plata' se vendía a precios muy superiores al resto de las variedades, aún las certificadas-importadas... pero el original salió de la variedad Perdrigeon de Monthlery, cuya semilla se importara en los años 1920-1924" (Piovano, 1953: 43).

Una publicación del INTA del año 1967 también hacía referencia al tomate platense como tal: "Se cultiva un número muy grande de variedades de tomate en el mundo, pero pocas se adaptan en nuestro país; entre ellas se destaca una sola, que es de origen local. Esta variedad, aconsejada para la producción de tomate con destino a consumo fresco, es la llamada 'Platense'. Se le suelen dar otros nombres, como 'La Plata' o 'Raya Negra'. La variedad platense se caracteriza por que da una planta vigorosa, de gran porte, crecimiento indeterminado, abundante follaje y largo período de producción. Es la más resistente a las enfermedades comunes. Sus frutos son de calidad mediana para el consumo, por su corazón leñoso, abundante semilla, espacios vacíos, etc.; son de tamaño grande y lóbulos bien marcados, y resisten bien la manipulación, la conservación y el transporte" (Cavia, 1967: 6).

Esta descripción refleja, de manera sencilla y acotada, los pros y los contras del tomate platense, visto en ese año, previo al desplazamiento del mismo y su tibio regreso. Nuevamente en la revista IDIA, del año 1974, en un trabajo en el cual comparan la distintos tipos de poda en tomate tutorado, los autores señalan que en la zona de influencia de la Experimental de San Pedro del INTA —a la cual jurisdiccionalmente, le corresponde el Cinturón Hortícola de La Plata—, "se planta casi exclusivamente un cultivar local, conocido como Platense o Raya Negra..." (Rodríguez, 1974: 7). Por último, una publicación de los Ings. Agrs. Selis, Velarde y Albarracín, docentes de la Facultad de Agronomía de La Plata del año 1989, señalan que "La zona hortícola de La Plata se ha caracterizado por la siembra de la variedad 'platense' de tomate, con un período de cosecha entre mediados de diciembre hasta mediados de abril..." (Selis, Albarracín y Velarde, 1989: 2).

Los quinteros también tienen algo que decir al hablar de la historia del tomate platense: "...al tomate platense lo trajo un quintero muy famoso en aquel entonces que se llamaba Papalardo, que no era tomatero, sino productor de apio y coliflores. Fue a pasear a Italia y vio un tomate hermoso que le llamó la atención, chato con raya negra..." Esta historia narrada por un viejo productor de la zona de Gorina, localidad próxima a La Plata, se remonta al año 1935. Según dice, poco tomate se hacía en los alrededores de nuestra ciudad por los mediados de los años '30. Antes de la difusión del tomate raya negra, que posteriormente se popularizó como platense, se producía un tomate llamado 'francesito' que, si bien era reconocido por su calidad, presentaba algunos problemas fisiogénicos que desalentaron a los productores a continuar con su cultivo. Estamos hablando de los años '20 y '30. Este 'raya negra' sedujo a los quinteros por el tamaño de los frutos y su fácil adaptación al clima y al suelo de la región. Es interesante destacar que en ninguna de las referencias hechas sobre el tomate platense se hace mención al sabor... esa cualidad

todavía no se discutía; es en la ‘reaparición’ del tomate platense como producto diferenciado cuando el sabor se considera el atributo más apreciado.

Esta historia (y esa semilla) se multiplica por diversos caminos, que llevan a ese ‘raya negra’ a Berisso, a distintas localidades del partido de La Plata –Olmos, Gorina, Etcheverry, Los Hornos-, a Florencio Varela, a Berazategui... Entonces encontramos tomates platenses famosos: en Hudson, Pdo. de Berazategui, se destacaba la semilla de Floro Del Manso; en Berisso, por Los Talas, las de Alborguethi, Volpi, Ferreri, Franchi, entre tantos; en el Pdo. de La Plata, son las semillas de Gentile, Carcione y Luna en Gorina; de Grasso en Olmos; de Prieto y Ventura en el Barrio Aeropuerto; de Cataldo, Molinaro y Bustos en Hernández; de Paullettich en Arana... Esta diversidad de poblaciones no hace más que confirmar la apropiación y la difusión que hicieron los productores de la región de semillas de tomate platense, a las cuales recogieron campaña tras campaña y según criterios propios de selección, estabilizaron como poblaciones de Del Manso, Alborguethi, Volpi, Carcione, etc. El paso de tiempo y la reproducción del cultivo, seleccionando los mejores frutos y produciendo su propia semilla completaron el cuadro y marcaron su impronta en el tomate platense.

Todas estas referencias, producto de una revisión bibliográfica acotada a las publicaciones localizadas y de entrevistas realizadas a ‘viejos’ quinteros de la zona, nos indican la presencia de un material genético que con el correr de los años, se consolidó como una variedad local de tomate y que fue ampliamente reconocida como tomate platense, como si fuera un sustantivo propio.

5. Nacimiento, muerte y resurrección: el reemplazador-reemplazado

El tomate platense acompaña –y no podría ser de otra manera- a la historia reciente de la evolución de la producción agroalimentaria, así como es fiel ejemplo del recorrido histórico desde fines del Siglo XIX a la actualidad. En este sentido, podemos decir que la historia del tomate platense en el CVP se comienza a construir alrededor de los años ‘20-‘30 y que hasta avanzados los ‘70 es el tomate que domina la producción de fresco en la región, con una modesta presencia en otras regiones tomateras del país (Folquer, 1979). Superado ese período, comienza su rápida desaparición del mercado por la disminución con prisa y sin pausa de su cultivo en el CVP, manteniendo una presencia marginal y acotada al autoconsumo y la provisión de un mercado muy acotado, para resurgir, ya no como *commodity*, sino en un intento de diferenciarse de los tomates modernos como tomate platense.

Sobre el cultivo y desarrollo del tomate en la región, tenemos las reseñas citadas párrafos más arriba. Su creciente importancia fue de la mano de un mayor reconocimiento por parte de productores y consumidores de un tomate que nació raya negra y ya, de grande, se hizo platense. Y no fue de puro chauvinismo que se hizo platense. Nos comentó alguna vez un quintero de Joaquín Gorina, que el nombre de tomate platense nace alrededor de 1940, cuando en el Mercado de Abasto, de Buenos Aires, los puesteros, de tanto reclamar “traeme tomate de La Plata, traeme tomate de La Plata”, finalmente le llamaron platense. Confirma esta versión el texto transcripto párrafos más arriba, cuyo autor es Piovano.

El devenir de la producción agroalimentaria en general y la hortícola en particular fueron en alguna medida parte del camino que transitó el tomate platense: aquel tomate que desplazó a las primeras semillas de tomate que se producían en el cinturón verde platense y que con el tiempo fue platense –años ’20 al ’40-, fue desplazado por materiales modernos que respondían a nuevas necesidades del mercado y de las empresas. Pero como la historia del tomate local no es ajena al desarrollo del mundo agroalimenticio, esta ‘muerte’ no fue súbita, fue también la ‘muerte’ paulatina, la desaparición lenta o, para algunos, parte de la evolución de una forma de producir y de comer. “Pero en esa época –fines de los ’80- en el barrio, las voces empezaron a reclamarle a José, el dueño de la proveeduría, que trajera pollos como los de la Capital, fueron abrumadoramente muchas. Tantas que a los pocos meses José dejó de comprarle a Don Vittorio o a cualquier granjero de por ahí. Con orgullo un día empezó a exponer en las heladeras, los pollos con marca, cuidadosamente empaquetados al vacío”, dice Barruti en su libro *Malcomidos*, indicando lo que se veía venir en el consumo: la modernidad expresada en alimento (Barruti, 2013: 23). Y más adelante, en una conversación con la Dra. en Antropología Patricia Aguirre agrega: “El uso social de los alimentos es múltiple y riquísimo: la mesa es todavía más importante socialmente que el Facebook. Y la industria lo sabe y se adueña de esos universos utilizándolos en publicidad... ¿Y qué se está haciendo actualmente con todo eso? Dominarlo, estandarizarlo, controlarlo. La estandarización industrial, la homogeneización del gusto y las preferencias no van a crear variedad más allá de los nichos de mercado: mientras que una comida casera es siempre diferente, la industria nos enseña que la mayonesa es lo que ellos ofrecen” (Barruti, 2013: 307). Las dos caras de una misma moneda: el consumo ‘pide’ un cambio y la industria se lo da ¿o es al revés? El tomate es un muy buen ejemplo.

6. El camino del tomate moderno

En cuanto a la semilla de tomate propiamente dicha, es a fines de los ’40 que se desarrollan los primeros híbridos, con el objetivo de mejorarlo en términos de rendimiento y calidad. Hasta esa fecha, si bien tenía amplia difusión la comercialización de semillas –que convivía con la autoproducción-, la mejora provenía del clásico mejoramiento mendeliano. En 1947 la firma francesa Vilmorin obtuvo los primeros tomates híbridos y así se da inicio a una nueva etapa en la producción de semillas de tomate en el mundo, que llega –aunque no se detiene- al desarrollo de materiales larga vida. Estos van desde los transgénicos –el tomate FlavrSavr, aprobado para su comercialización en el año 1994, en EE.UU. y retirado 2 años más tarde-, a los larga vida estructurales, que no recurren a la transgénesis sino que se desarrollan en el tradicional método mendeliano. ‘Tommy’, ‘Rocky’, ‘Daniela’, ‘Fa 144’ son de alguna manera sinónimos del tomate larga vida estructural desarrollado por la firma israelí Hazera, que por años fue la expresión de lo más ‘evolucionado’ en relación con el tomate: uniforme, rendidor, universal, pero producto de situaciones no controladas en el proceso de mejoramiento, han perdido el sabor y el aroma tan distintivo del tomate.

Si bien ese primer transgénico no tuvo aceptación en el mercado y con el tiempo fue retirado, fue la demostración de la importancia de mercado que tenía el producto en el mundo. Es que, “el tomate, que es el producto final de un mercado de miles de millones y la materia prima de otro mercado valorado en una cifra similar, fue desde el principio mismo objeto de deseo de las firmas pioneras en biotecnología y de las transnacionales

agroquímicas, listas para apoderarse de los mercados potenciales que ofrecen la nueva tecnología y sus derechos de propiedad correspondientes, así que no sorprende que el primer cultivo modificado genéticamente en llegar al mercado fuera el tomate transgénico FlavrSavr, de la firma –norteamericana- Calgene” (López Lara, 2009: 17)

En la región los primeros híbridos de tomate se conocen desde fines de la década del ‘60, aunque la difusión masiva se da con el híbrido Carmelo, de la firma holandesa Sluis & Groot, a principios de la década del ‘80; luego se suceden otros, determinados e indeterminados (Selis, Albarracín y Velarde, 1989), lo que va relegando al tomate platense una mínima expresión en cuanto a superficie y presencia en el mercado. “Su difusión –de los materiales híbridos- va acompañada por una fuerte presión comercial ejercida por proveedores de semillas, tendiente a que los productores incorporen materiales híbridos, debido a la mayor ganancia que los vendedores obtienen con respecto a las variedades de Platense” (Selis, Albarracín y Velarde, 1989). Siguiendo esta investigación, los autores señalan la rápida aceptación que tuvieron entre los productores de estos materiales. El estudio, realizado sobre 80 casos en el área de Arana, Pdo. de La Plata, señala que el 90 % de los productores incorporaron estas semillas sin mediar ensayos previos o pruebas pequeñas dentro de su establecimiento. Es muy probable que esta situación se haya replicado, años más, años menos, en el resto del CVP.

La ‘resurrección’ del tomate platense se manifiesta en consonancia con el cambio de época al cual nos referíamos anteriormente. No podía ser de otra manera. El tomate platense regresa, ahora ya no como un *commodity* entre todos los tomates, sino como un tomate diferente; es parte de la revalorización que se hace a escala mundial de las producciones llamadas típicas, de la tierra, tradicionales, etc.

Esta reconsideración tiene sus comienzos en Europa, que, excedentaria desde el punto de vista de la producción de alimentos, quiere evitar la desaparición de sus producciones más representativas. La multifuncionalidad agraria, el desarrollo local, la sustentabilidad ambiental, el concepto SIAL, son expresiones que hablan de la producción de alimentos más allá de la producción de alimentos. Es un nuevo posicionamiento que busca reivindicar productos que han tenido un pasado; una búsqueda cruzada entre quienes quieren seguir –o volver a- disfrutar el sabor perdido del alimento con aquellos que luchan contra la erosión genética y cultural, sumado al despoblamiento rural y la falta de oportunidades de los pequeños que se quedaron en el campo –¿resistiendo?-, viendo perder su lugar en el mundo.

Aquí se expresa en parte la lógica resistencial de la que habla Benencia (1997) respecto de los pequeños productores familiares en el CVP, que no accedieron a incrementar la disponibilidad de tierra u otros bienes de capital de la etapa comercial o la expansiva, o llegaron a la producción producto de ascenso en la ‘escalera boliviana’, pero que no disponen de recursos para la incorporación de tecnología de punta. Dice Benencia que se mantienen en la producción, procurando “intensificar características propias de su pequeña explotación familiar, reduciendo costos y aprovechando nichos de producción específicos” (1997: 129).

El tomate platense nace como bien de cambio, en un área de producción agrícola capitalista temprana, quizás por esta razón eso del ‘reemplazador-reemplazado’.

7. El proyecto de desarrollo del tomate platense

En el año 1999, en la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la UNLP se pone en acción una nueva etapa para el tomate platense: la propuesta de Rescate y Difusión del Tomate Platense, haciéndose eco de otras experiencias (Viñateros de la Costa de Berisso¹²; Programa LEADER, de la UE¹³; Cooperativa CAUQUEVA, de la Quebrada de Humahuaca¹⁴, el proyecto de papas quechuas¹⁵; etc.), en las cuales la valoración de productos agroalimentarios locales sirven de base de experiencias de desarrollo local (Garat, 2009). Desde ese momento, podemos afirmar que todo lo que pasó en la región con el tomate platense, pasó directa o indirectamente por el proyecto de extensión original y todos sus desprendimientos.

La propuesta consistió en localizar y poner en producción diversas poblaciones de tomate platense que, según quinteros de la zona, mantenían en producción otros colegas y que con el tiempo se habían destacado por alguna característica particular, con el propósito de promover su comercialización como producto diferenciado.

En otro sentido, múltiples son los comentarios, los escritos sobre la metamorfosis del tomate; sintéticamente se dijo –y se dice– que el tomate moderno “es de plástico”, comparándolo con los viejos tomates. A continuación incluimos referencias, comentarios, citas que localizamos en diversas publicaciones, a la “tragedia del tomate” en general y, cuando corresponde, a referencias al tomate platense en particular, en donde se lo señala como un tomate diferente, como si fuera un nombre propio. Buscamos relatos, comentarios publicados con anterioridad a la aprobación del primer “Proyecto de revalorización y difusión del tomate platense” (año 2000), de manera de graficar la importancia relativa del mismo y su reconocimiento como un cultivar diferente de otros tomates, tales como:

“Se han desarrollado cultivares de polinización abierta, como el Platense Italiano, indeterminados, frutos típicamente platense...” (Nuez, 1995: 110).

“El tomate tipo platense, achatado y acostillado, cada vez menos cultivado” (Nuez, 1995: 745).

“Azzollini (1970) estudió a producción de flores fasciadas y tomate “florón” en la variedad “Platense...” (Folquer, 1979: 23).

“Fruto, consistencia (resistencia al manipuleo y al transporte) por alto contenido de celulosa y hemicelulosa... están dadas en nuestro tradicional cultivar platense, que dominó la producción argentina para el mercado” (Folquer, 1979: 26).

“Von del Pahler (1970) estudió la resistencia del cultivar platense a la peste negra (Lycopersicon virus 3 Smith)” (Folquer, 1979: 29).

¹²<http://www.agro.unlp.edu.ar/institucional/secretarias/extension/publicacionestecnicas/NotaboletnextensinCooperativadelaCosta.doc>

¹³http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/index_es.htm

¹⁴www.cauqueva.com.ar/quienes_somos.htm

¹⁵Yanovsky JF, Choque Vilca, M. 2001. Quechuas potatoes (papas quechuas): tecnología y cultura. En: CIP. Simposio latinoamericano de raíces y tubérculos. (SLART 2): Guía para participantes. 2. Lima (Perú). Nov. 2001. Lima (Perú). CIP; UNALM. 2001. Nº PM-P-30. AP(CIP, 157). págs. 28–30.

“Clasificación de tomates: platense indeterminado, platense determinados” (Folquer, 1979: 32)

El tomate platense figura como uno de los cultivares más importantes y como tomate plurilocular para el mercado (Folquer, 1979: 33).

Espaldera es el sistema que predomina en el norte argentino, donde se utiliza la variedad platense (Folquer, 1979: 45).

“La tipificación del tomate platense, que domina nuestra producción para mercado...” (Folquer, 1979: 73).

Y, finalmente, las referencias a las provincias productoras de tomate, donde distingue al platense de los otros tomates.

CAPÍTULO IV

EL TOMATE PLATENSE ES EL PROYECTO

Introducción

“Porque el gusto es nuestro” titulaba un artículo del suplemento rural del Diario Clarín (8/12/1999) haciendo referencia a la iniciativa de promover el cultivo del tomate platense. Era el mes de diciembre de 1999 y en la misma el autor se hizo eco de cierta información que estaba circulando por la ciudad de La Plata y en su nota decía que “un grupo de siete horticultores, los técnicos de la Chacra Experimental de Gorina, del Ministerio de Asuntos Agrarios de Buenos Aires y la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la UNLP está tratando de devolverle el gusto al tomate” ¿Por qué? Porque en el año 1999 se presentaba ante las autoridades de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales la propuesta de trabajar hacia la revalorización y la difusión del tomate platense, una variedad de tomate muy reconocida entre los quinteros y consumidores, pero que por esos años no era más que un buen recuerdo, “porque el tomate platense es el pasado” como había dicho un quintero al ser tentado por la idea ese mismo año.

El diario Clarín lo daba a conocer precisamente en su Suplemento Rural, cuyo perfil está más bien dirigido a las novedades tecnológicas de un modelo de producción con ganadores en toda su extensión. Continuaba: “Cuando hace 10 años una amiga se fue a vivir a los EE.UU. y me dijo: ‘Lo que más voy a extrañar son los tomates’, no la entendí. Pasó el tiempo y ahora sí, la comprendo, ya que al igual que en el Norte, los tomates ganaron en duración, pero perdieron en gusto. Justamente de ello, del rescate del gusto del tomate, trata esta nota” (Clarín Rural, 8/12/99).

1. Las primeras acciones

Si bien las primeras acciones se inician con posterioridad a la realización del Censo Hortícola 1998¹⁶, con el ‘descubrimiento’¹⁷ del cultivo comercial de tomate platense, en el año 1999 comienzan formalmente las actividades del proyecto. Es que para mediados de ese año se presenta ante el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales –específicamente desde el curso de Extensión Rural- el proyecto de ‘Revalorización y Difusión del Tomate Platense’ cuya finalidad era la de “Propiciar la apropiación, por parte de los productores involucrados, de técnicas de manejo del cultivo de tomate platense y de técnicas de marketing, comercialización, desarrollo de un producto, etc.”. El mismo fue aprobado y sus objetivos fueron:

- Revalorizar el cultivo de tomate, variedad platense, como producto de nuestra región.
- Promover la conservación in situ de las poblaciones localizadas de tomate platense.

¹⁶El Censo Hortícola 1998 lo organiza el Ministerio de Asuntos Agrarios de la Pcia. de Buenos Aires y abarca los partidos de La Plata, Florencio Varela, Berazategui, Merlo, Moreno, Gral. Rodríguez, Cañuelas, Ezeiza, Marcos Paz, Luján, Zárate y Magdalena.

¹⁷En esos años el cultivo de tomate platense estaba absolutamente invisibilizado. Pero el relevamiento hecho en el Censo 1998, puso en evidencia su cultivo, en pequeñas parcelas dedicadas al autoconsumo o para satisfacer demandas muy puntuales.

- Adopción, por parte de los productores beneficiarios, de las técnicas de producción y mercadeo desarrolladas y evaluadas grupalmente.

Este fue el marco bajo el cual se desarrollaron todas las actividades alrededor de la promoción del cultivo y la difusión del tomate platense y del que se desprendieron acciones que abordaron otros actores. Si bien el proyecto formalmente finaliza en el año 2002, continuó a través de diversas denominaciones y acciones de acuerdo a las posibilidades de financiamiento, a actividades que puntualmente se desarrollaron en torno a la propuesta (nuevos proyectos, degustaciones, fiestas del tomate platense, publicaciones, encuentros de productores de tomate platense, declaraciones de interés municipal, espacios de investigación, etc.) y a los actores involucrados, buscando siempre alcanzar esa finalidad original. En los primeros meses, a instancia de referencias de los propios productores se localizaron alrededor de 7 poblaciones, que se habían estabilizado en quintas que iban de la zona de Los Talas, Pdo. de Berisso, pasando por varias localidades del partido de La Plata hasta la localidad de Hudson, Pdo. de Berazategui. Todas poblaciones que se mantuvieron con el nombre del quintero que las ‘construyó’: Alborghetti, de Los Talas, Pdo. de Berisso; Luna, Línea 7, Gentile y Carcione, de Gorina y Prieto, del Barrio Aeropuerto, del Pdo. de La Plata; Del Manso, de Hudson, Pdo. de Berazategui. Parte de esas semillas se cultivaron en la Estación Experimental de Gorina, del Ministerio de Asuntos Agrarios de la Provincia de Buenos Aires en la campaña 2000-2001, con el objetivo de medir algunos parámetros productivos y aumentar la cantidad de simientes.

A lo largo de los 3 años de ejecución del mismo, se cumplen parcialmente los objetivos planteados y la propuesta de intervenir en el medio para valorizar este tipo de producciones continua, con distintas denominaciones –según tiempos y fuentes de financiamiento- y llega a nuestros días ampliada hacia otras hortalizas típicas de la región, con propuestas de difusión y consolidación de sus cultivos.

Un hito en el proyecto de revalorización del tomate platense fue la decisión de organizar las fiestas del tomate platense, junto a productores y otros miembros de la comunidad. Producto del reconocimiento que reflejaron distintas actividades en las que se convocó a la comunidad para la difusión y/o degustación de tomate platense (Homenaje a los Viejos Productores de Tomate Platense -2001-, las I y II Jornada de Desarrollo de Productos Típicos -2002 y 2003-, la 1º Jornada de Degustación Popular de Tomate Platense -2004-), se decide la realización la 1º Fiesta del Tomate Platense, en enero del 2005, tomando como referencia otras fiesta populares que tienen como eje la revalorización de distintos productos agroalimentarios tradicionales, como la Fiesta Nacional del Salame Quintero¹⁸, de Mercedes, Bs. As.; Fiesta Provincial del Vino de la Costa¹⁹, en Berisso; Fiesta Nacional del Trigo²⁰, en Leones, Córdoba; entre decenas de eventos. Asimismo, la propuesta de definición de la Indicación Geográfica Tomate Platense se desarrolló como parte de las acciones del proyecto; fue la instancia de máxima institucionalización del producto, aunque su materialización quedó trunca.

A la fecha se han localizado alrededor de unas 15 poblaciones; se sumaron a las ya mencionadas Ferreri y Franchi, de Los Talas; Grasso, de Olmos; Paulettich, de Arana;

¹⁸ <http://nw.mercedes.gob.ar/ciudad/turismo/fiesta-salame>

¹⁹ <http://www.berisso.gov.ar/fiestavino>

²⁰ <http://www.fiestadeltrigo.com.ar/>

Ventura, del Bo. Aeropuerto, a las que se suma una nueva población de Berazategui que fue reproducida en la zona de Etcheverry, Pdo. de La Plata (comunicación personal). Si bien, el papel de los consumidores corresponde al capítulo V, es necesario adelantar que en buena medida la propuesta de revalorización del tomate platense ha llegado hasta nuestros días por la tracción directa que hicieron los consumidores. La creciente asistencia de público a las fiestas del tomate platense junto al impacto en los medios de comunicación locales estimuló la producción, más allá del sentimiento respecto de su producción que declaman los productores.

En este capítulo vamos a repasar el Proyecto como el hilo conductor de las múltiples acciones que se desarrollaron en favor de la revalorización del tomate platense.

2. El gran proyecto²¹

Iniciado como decíamos en el año 1999, las propuestas que continuaron al proyecto original, estuvieron relacionadas fundamentalmente con convocatorias anuales realizadas desde la UNLP en su política de promover la extensión entre las distintas unidades académicas: “Proyecto capacitación de productores hortícolas en un marco de integración productor-consumidor para la preservación y la producción de poblaciones locales de tomate platense” (2001); “Promoción del desarrollo local a través de la diferenciación y valorización de las hortalizas típicas locales del Cinturón Verde de La Plata” (2005); “Promoción del desarrollo local a través de la diferenciación y valorización de las hortalizas típicas locales del Cinturón Verde de La Plata. Parte II” (2006); “Desarrollo y promoción de recursos productivos locales en una experiencia participativa en el Cinturón Hortícola Platense” (2007); “Promoción del cultivo de variedades hortícolas locales. Una alternativa para agricultores familiares del Cinturón Verde de La Plata” (2008); “Producción y promoción de las hortalizas típicas locales. La UPID Semillas Hortícolas Locales como medio para la producción y difusión de nuestras hortalizas típicas en una propuesta de desarrollo territorial” (2013)²². Como producto de este tipo de financiación y por ser parte el ‘gran proyecto’ de actividades de un curso regular de la FCyF, a lo largo de todo el tiempo, formaron parte del equipo técnico alumnos de la mencionada facultad y de otras, como Ciencias Naturales y Bellas Artes. Asimismo, las acciones se complementaron con la participación de otras instituciones del Estado –más o menos prolongadas el tiempo-: Ministerio de Asuntos Agrarios de la Pcia. de Buenos Aires, INTA, Municipalidad de La Plata, Escuela Agraria N°1 del Pdo. de La Plata y otras de tipo privado.

Lo cierto es que se estaba queriendo transformar un cultivo que había funcionado hasta hacía unos años como *commodity* en un producto diferenciado, re-construido grupalmente, ‘más natural’ y a medida de la agricultura familiar, partiendo de algunos supuestos que justificaban la iniciativa:

²¹ Cuando hablamos de “gran proyecto” nos referimos a la suma de todos los proyectos institucionalizados, que con financiamiento, favorecieron el desarrollo de todas las acciones.

²² Desde el año 2001 se comienza a hablar en los proyectos de variedades locales o de hortalizas típicas locales y no sólo de tomate platense, puesto que por esos años se comienza a reconocer en el Cinturón Verde Platense variedades de especies hortícolas que tuvieron una historia paralela al tomate platense, aunque no su popularidad.

- Las semillas locales son apropiables por la agricultura familiar.
- Los consumidores están ávidos de consumo de hortalizas locales, con sabor, típicas.
- El modelo de producción hortícola hegemónico no resuelve la situación de la producción familiar.
- Aquellos productores o familias de productores, que habían sido protagonistas en el desarrollo del tomate platense como producto local, retomarán su cultivo, debido a la experiencia y lo saberes acumulado a través del tiempo.
- Existía un buen número de antecedentes europeos alrededor de la valorización de producciones agroalimentarias locales que promovían acciones de desarrollo; entonces ante una situación similar, se puede replicar la experiencia en nuestras latitudes.

Para presentar el proceso desarrollado en torno al ‘gran proyecto’ vamos a organizar cronológicamente la intervención, distinguiendo 4 etapas, según momentos que consideramos como hitos en todo el desarrollo:

Primera etapa: desde los primeros pasos del proyecto (año 1999) hasta la realización de la 1° Fiesta del Tomate Platense (enero 2005).

Segunda etapa: entre la primera fiesta y la realización de la 6° Fiesta del Tomate Platense (enero 2005-febrero 2010).

Tercera etapa: entre la sexta fiesta y los trabajos entorno a la Indicación Geográfica Tomate Platense (IGTP).

Cuarta etapa: desde la IGTP hasta la actualidad.

La periodización que proponemos coincide con situaciones o actores que marcaron el ritmo de la propuesta: la visibilidad pública, la difusión masiva, el interés institucional, el amesetamiento, respectivamente. Hay que tener en cuenta que las reuniones periódicas, fiestas del tomate platense y los encuentros de productores le dieron continuidad a la intervención, mientras que las notas periodísticas marcaron, de alguna manera, la mirada externa.

2.1 Primera etapa (1999-2005). Se instala la novedad. Promocionado desde medios masivos de comunicación gráficos, las primeras notas que anuncian la vuelta del tomate platense son publicadas por el suplemento Rural del diario Clarín -18/12/99- “Porque el gusto es nuestro” y diario El Día -04/01/00 “Productores y especialistas al rescate del tomate platense” y 22/03/00 “El regreso del tomate platense”-. Las mismas hacen referencia a aquello que de alguna manera sustenta la propuesta: recuperar sabor, la tendencia mundial a evitar que se pierdan “tradiciones productivas regionales”, la diferenciación de productos, la revalorización de los intangibles en la producción de alimento: “Una producción cultural de la zona puede representar una alternativa productiva...” y se adelantan al gran cuello de botella: la logística, la comercialización y la necesidad de canales específicos y las dificultades que presentaría la “cadena de venta”. El proyecto apenas asomaba.

Asimismo, se entregan semillas de tomate platense a productores interesados en su cultivo, localizadas, como decíamos anteriormente, a través de la referencia de quinteros. En esta etapa, en la cual el trabajo se concentra en la constitución de un grupo de productores y la difusión de la propuesta, se busca, también una cierta institucionalización, como caja de resonancia de todo aquello que ocurría en torno al proyecto. Las acciones que se suceden giran alrededor de poder instalar al cultivo de tomate platense como un producto diferenciado.

Como un primer paso hacia la institucionalización y difusión, en el año 1999 se presenta el Proyecto de Declaración de Interés Municipal la Producción, Promoción y Difusión del Tomate (*Lycopersicon lycopersici var. sculentum*) Platense, en la Mesa de Entradas del Honorable Concejo Deliberante de la Ciudad de La Plata. Lleva el número de expediente 31.756 y se aprueba como Ordenanza N° 108 el mismo año. El HCD de la Ciudad de Florencio Varela hizo lo propio en el curso del año 2000. En marzo del año 2.000 se presenta formalmente el proyecto ante el público en general en la Estación Experimental de Gorina, dependiente del Ministerio de Asuntos Agrarios de la provincia de Buenos Aires, con una nutrida asistencia.

La intervención consistió, en esta primera etapa, en la realización de reuniones periódicas con un grupo de productores en el predio de dicha estación experimental. Paralelamente, se localizaban poblaciones de tomate platense entre los quinteros del CVP y se cultivaban en la misma estación experimental con el objetivo de comparar parámetros productivos y de disponer de suficiente cantidad de semillas para repartir en la temporada siguiente. En los primeros años, fueron alrededor de 10 las poblaciones que pasan a ser parte de la colección.

En esta primera etapa participan de diversas acciones y con distinto grado de involucramiento –más institucional o más personal-: el ya nombrado MAA de Bs. As., la agencia del INTA local, la Municipalidad de La Plata y por supuesto la FCAyF, a través del Curso de Extensión Rural y el de Horticultura.

Siguiendo con la difusión, en estos primeros tiempos se publican notas en diferentes medios masivos:

Diario El Día (11/12/03): “Tomate Platense”, gacetilla invitando a un encuentro productores-consumidores.

Diario El Día (10/01/04): “Los consumidores opinan para optimizar el tomate platense”.

Diario El Día (12/03/04): “UNLP. Comienzan la campaña para imponer el tomate platense”.

Diario El Día (15/03/04): “Necesaria reivindicación de productos tradicionales de quinteros de la región” (editorial).

Además, aparece en publicaciones con cierto grado de especialización:

Revista Super Campo, febrero de 2002: “La segunda vuelta del platense”;

Revista Wottana, marzo de 2004: “La historia reciente del tomate platense”;

Revista El Federal, de enero de 2004: “La búsqueda del puro tomate”;

Revista El Federal, de agosto de 2004, “Para que no se las tomen”.

Partiendo de uno de los supuestos originales, y como se señala en la nota del diario Clarín, son 7 los productores del grupo inicial, todos de tipo familiar - capitalizados y no capitalizados (Garat, 2012) - y con experiencia en el cultivo de tomate platense, pero ninguno de ellos produciendo tomate platense en esos años. Promediando la etapa nace el Grupo de Productores de Tomate Platense (GTP), con la idea de darle organicidad al trabajo de los productores de tomate platense. El mismo se conformó con productores que venían asistiendo a las reuniones y los encuentros de los proyectos y con el tiempo fue reconocido por otras instituciones y organizaciones como el referente de la producción de tomate platense, siendo convocados para realizar ensayos, participar de eventos masivos y difundir su experiencia. Al poco tiempo, el grupo cambia su perfil: se retiran los productores “medianos” e históricos y ahora dominan los productores pequeños, con un

buen número de arrendatarios y con un pasado como medieros o peones en quintas donde se producía tomate platense. Para esos tiempos el grupo ya tiene su logo:



Hacia el final de esta etapa, se realiza la ‘Gran Degustación Popular de Tomate Platense’, en marzo del año 2004, cuya repercusión marcará el primer hito del proyecto, como fue la realización de la primera Fiesta del Tomate Platense, en enero de 2005.



Afiche de la convocatoria a la degustación
Año 2004

Si bien todas estas acciones giran alrededor del tomate platense, con el objetivo de apuntalar la discusión y la difusión del concepto de producciones agroalimentarias típicas – entre las que incluimos al tomate platense y otros proyectos hermanados, como el del Vino de la Costa, de Berisso, Pcia. de Buenos Aires-, en los años 2002 y 2003 se realizan las I y II Jornada de Productos Típicos ‘El desarrollo de productos típicos locales: hacia su diferenciación comercial’ en la FCAyF de la UNLP. Las mismas buscan poner en discusión los mecanismos necesarios para la revalorización de productos agroalimentarios típicos en general y de la región en particular. Es muy importante la asistencia de público (alrededor de 50 en la primera jornada, aproximadamente 100 en la segunda), más aún teniendo en cuenta que se buscó la participación de 3 grandes colectivos: productores, consumidores y representantes del Estado/intermediarios/ONG’s, los que trabajaron en forma diferenciada y sacaron conclusiones de acuerdo a sus intereses particulares. Estas jornadas dieron un marco interesante a las, en ese momento, primeras discusiones intersectoriales sobre cómo posicionar y distinguir estas producciones. Entre las conclusiones se destacan la necesidad de diferenciar de diversas maneras a estos productos a través de sellos de calidad, canales de comercialización diferenciados, presentación comercial, información que destaque atributos productivos e intangibles, etc.

Otra actividad que buscó apuntalar la idea de producto local y tradicional fue la realización, junto con la Municipalidad de La Plata, del ‘Homenaje a los Viejos Quinteros’, que se realizó en el espacio del Centro Cultural Islas Malvinas, de La Plata, a fines del año 2.000, con la presencia del intendente local y autoridades provinciales. La idea fue ampliar la revalorización de las hortalizas típicas hacia el reconocimiento de la tradición quintera como parte de la cultura local. Asimismo, en abril de 2004 se realiza una degustación de tomate platense en la Ciudad de Buenos Aires –en un reconocido espacio comercial, en la zona de la Recoleta- a instancia de la invitación de una organización promotora del consumo de frutas y verduras.



Gorina. Marzo 2004

Buenos Aires. Abril 2004

Degustaciones Tomate Platense

2.2. Segunda etapa (2005 – 2010). Las fiestas del tomate platense son producto de la repercusión de cada actividad que se realizó en torno a este cultivo en la etapa anterior: degustaciones, homenajes a “viejos” productores, jornadas de productos típicos, proyectos, etc. En todos estos eventos la asistencia del público en general fue importante, lo que condujo a realizar acciones que promovieran el consumo de tomate platense, el contacto productor-consumidor y la reivindicación de una producción característica de la horticultura local, objetivos originales del proyecto. Asimismo comienzan a realizarse los Encuentros de Productores de Tomate Platense (EnProToPla) y se acercan al trabajo de revalorización nuevas instituciones con objetivos diversos. Si bien, estas actividades se realizan siempre bajo las consignas definidas en el proyecto ‘madre’, en esta etapa el financiamiento se da través de diversas convocatorias de la UNLP, involucra nuevos actores (instituciones, consumidores) que amplían las miradas y dinamizan las actividades de revalorización del cultivo. La 1° Fiesta del Tomate Platense es una de ellas.

En este período se consolida este evento como actividad central para la difusión, la comercialización y la revalorización del cultivo. La primera fiesta –casi íntima- se realiza en enero del año 2005 y fue considerada un ‘éxito’: reunió a 5 productores de tomate platense con su producción y asistieron alrededor de 500 visitantes. Para resaltar el valor simbólico de este tipo acciones, la misma se realizó en la estación de trenes de Joaquín Gorina, localidad próxima de La Plata, cerrada hacía ya más de 20 años. A su vez, la localidad de Gorina, que fue zona de quintas desde los años ’40 y una zona de producción fuerte de tomate platense, estaba atravesando los primeros tiempos de una fuerte urbanización a costa de los primeros fraccionamientos de sus históricas quintas.

Desde el punto de vista institucional, todas las fiestas han sido declaradas de interés municipal y provincial y su financiamiento estuvo a cargo de diversos organismos del

Estado, de acuerdo con las posibilidades que se presentaron en cada edición. Las fiestas también generaron recursos que permitieron afrontar gastos.

Una síntesis sobre la repercusión de las primeras fiestas realizadas en esta etapa se puede apreciar en la siguiente tabla:

	Público (aproximado)*	Productores	Venta tomate platense (cajones aprox. 18 kg.)	Dulce y salsa (frascos)
1^{ra} Fiesta (2005)	500	5	***	***
2^{da} Fiesta (2006)	-- **	4	***	***
3^{ra} Fiesta (2007)	1.000	6	***	***
4^{ra} Fiesta (2008)	2.000	4	***	***
5^{ta} Fiesta (2009)	5.000	4	***	***
6^{ta} Fiesta (2010)	6.000	4	39	***

* Datos publicados en el diario El Día

** La 2^o Fiesta del Tomate Platense se realiza el 8 de enero de 2006. Debido a la lluvia intensa, se suspendió para el domingo siguiente (15/01/06), en el que también llovió, más intensamente. En ambas jornadas y pese a las condiciones climáticas, se acercó público para adquirir tomate platense y conversar con los productores, agotando el tomate puesto a comercializar [FIESTAS\FIESTA 2006 2º\2º Fiesta del Tomate Platense.MOV](#)

*** Sin datos registrados

La Tabla anterior es representativa del progreso de la fiesta del tomate platense, donde queda expresada la gran repercusión entre el público y el ‘relativo éxito’ que el cultivo de tomate platense tiene entre los productores locales.



Presencia del GTP en las fiestas del tomate platense

Aunque el objetivo último de las fiestas ha sido el de la revalorización del tomate platense contando con productores y consumidores entre los actores más destacados, desde la 1° fiesta se buscó atraer al público en general presentando en las mismas diversas actividades y atracciones que completaban la ‘oferta’ como ventas de verduras de organizaciones de productores familiares; la ‘muestra viva’, que no era ni más ni menos que un cultivo de tomate platense que se ponía a disposición de los asistentes para la cosecha; una radio abierta que recogía la palabra de los visitantes; espectáculos infantiles; un almacén de campo, en dónde se convocaban a microemprendedores y artesanos de la región; cierres musicales con la presencia de bandas locales y desde la 5° fiesta, la quema del tomate platense gigante, como cierre oficial del evento.

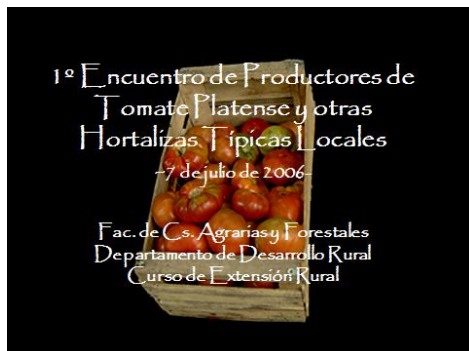


Muestra Viva. 4^{ta} Fiesta del Tomate Platense

Las dos primeras fiestas se realizan en la vieja estación de trenes de Joaquín Gorina; a partir de la tercera edición, es la Estación Experimental Julio Hirschhorn, dependiente de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la UNLP, donde se continúa con la realización del evento. El cambio de lugar está vinculado fundamentalmente con diferencias que se fueron profundizando con actores del territorio con cierta capacidad de incidencia en el desarrollo de estas actividades; un aprendizaje para propuestas de desarrollo. No todos los productores que participan fueron parte de las 2 primeras ediciones de la fiesta del tomate platense ni son parte activa del GTP.

En el año 2006 comienzan a realizarse los Encuentros de Productores de Tomate Platense (EnProToPla), como una acción destinada a evaluar las sucesivas campañas de tomate platense y promover la interacción entre todos los productores de tomate platense, más allá

de su pertenencia o no al grupo. También sirven de pretexto para provocar un encuentro entre las fiestas, para consolidar los lazos entre los mismos. La dinámica de los encuentros busca generar un espacio de participación y de puesta en común del sistema de producción, de comercialización y debatir las perspectivas futuras del tomate platense. El primer encuentro se realiza en julio del año 2006, al que asisten 9 productores.



Carátula de la presentación del 1^{er} encuentro

A modo de conclusión de este primer encuentro, transcribimos las ventajas y desventajas de producir Tomate Platense, definidos a través del diálogo y las discusiones de los productores asistentes:

Ventajas	Desventajas
Aroma – perfume	La comercialización. No se puede vender como las otras verduras
La planta dura más, los brotes también dan.	Poco consumo
El color (tiene un color distinto, tiene vetas)	Da muchos brotes (mucha mano de obra)
Es el mismo tomate siempre, no se degenera	Durabilidad (la durabilidad es todo)
El productor interviene en la selección, el productor puede llegar a ser muy selectivo. Del más parejo a la larga da mejor	Rendimiento (con buen clima el híbrido dura más pero con mal clima rinde más el platense)
El sabor	Se cosecha durante poco tiempo
Rusticidad de la planta, adaptada al medio	
La historia (la historia también vende)	
La reproducción de las semillas: <ul style="list-style-type: none"> ▪ no pierde calidad, no pierde nada 	

- el florón es el mejor para hacer semillas

El segundo encuentro (2007), al que asiste un menor número de productores (5), la actividad se concentra en repasar cómo se produce el tomate platense, teniendo en cuenta la diversidad de pautas y de prácticas. El objetivo fue poner en evidencia aspectos del sistema productivo de estos productos típicos, que se sostienen en criterios propios de cada productor, seguramente relacionados con su experiencia y de cómo aprendió a producir tomate platense.

Una síntesis de lo dicho en este encuentro se presenta en la tabla siguiente:

Condiciones del cultivo de tomate platense	
a campo	en invernáculo
<ul style="list-style-type: none"> •La plantación se realiza en primavera para evitar las heladas. Los días sin luna llena son buenos para plantar ya que en esos días no se esperan heladas (A.). Septiembre, principios de octubre. •El desbrotado se realiza cada 15 días (A.) •El brote que crece, si es chico se saca con la mano, sino con un cuchillo (G.) •Se buscan los brotes (yemas) y se sacan porque si dejás muchos brotes vienen tomates muy chiquitos y muchas hojas. Cada 6 ó 7 días se desbrota porque crece rápido (produce en los Talas), cuando larga el fruto ya crece más lentamente. Conviene sacarlos cuando están chiquitos (R.) •Cuando desbrotan atan a la caña, así la vas guiando (Gladis). Cuando la planta llega al alambre, ya han realizado 5 atadas •Cuando la plata mide entre 1 y 1,50 metros de corta la guía, se descabeza, así rinde más. •La flor del florón se saca (A.), se saca porque le saca fuerza a la planta (R.); se deja (G.) •En cuanto a curaciones no realizan porque es para autoconsumo. Se eliminan las plantas enfermas (G.). Se ha aplicado solo el espanta bicho, las plantas son muy sanas (A.). No aplica, no curo nunca pero en Los Talas se fumiga mucho. Pone mata yuyos a la tierra antes de encañarlo, la tierra debe estar húmeda y se realiza a la tarde. Los remedio se ponen todos a la tarde (R.) •Inconveniente, el rajado: se produce por la lluvia y el sol, no se puede hacer nada (G.) 	<ul style="list-style-type: none"> •El desbrotado se realiza cada semana (S.) •El brote se saca con la mano. Mientras desbrota la levanta sobre el hilo, para que la planta sufra menos, así no la haces sufrir dos veces. (S.) •Se ha aplicado solo el espanta bicho. Realiza monitoreo de plagas, así sabe si tiene que curar o no (S.) •En invernadero el fruto no se raja (S.)

Conducción	
a campo	en invernáculo
<ul style="list-style-type: none"> •Lo primero que se arma son las cabeceras, con tensores y alambre, luego se ponen las cañas, se pueden colocar refuerzos en el medio. Luego se colocan las cañas, primero se apoyan en el alambre y luego se atan y se atan con formio (ahora) o con junco (antes) (G.) •Tutorado con caña en forma de caballetes y un alambre de punta a punta (A.) •El alambre es central y se colocan torniquetes en los extremos para que se tense (G.) •El junco se usa para atar el tomate ya que el formio con el peso del tomate se corta. • Además prefiere el junco porque es más rápido (A.) •Cuando atan las plantas con formio (“liga”) “las atan flojito” (G.) 	<ul style="list-style-type: none"> •Se conduce con hilos
Cosecha	
<ul style="list-style-type: none"> •Si se planta a fines de septiembre el 3 de diciembre ya tiene que haber tomate, si no hubo heladas, para las fiestas seguro (R.). Se puede hacer humo con cardo verde, para combatir las heladas, se forma una capa de humo por encima del suelo, ya que si hay heladas no hay viento. •La cosecha se realiza tomando suavemente con la mano el fruto y colocándolo en una canasta, ya que donde se golpea se marchita; hay que tener cuidado también cuando se embala (G.) •Para cortar el fruto se lo toma con la mano y se gira (A.) •El florón con el cogollito adentro es más difícil (S.) •El momento de la cosecha varía según el uso del tomate: <ul style="list-style-type: none"> ○ Los primeros que se cosechan son para autoconsumo, se sacan para ensalada cuando están maduros. ○ Se cosechan cuando abajo tiene un color rosadito, adentro ya está maduro. Cuando esta rosadito abajo a los 3 días ya está para comer. ○ Para el mercado se cosechan cuando están “pintón”, ni muy rojo, ni muy verde (rosado abajo y verde arriba), este pintón ya se puede comer. ○ Para salsa deben estar bien rojos. ○ Para llevar a la feria se saca con color (todo rosadito). •Se los embala con suavidad/ se los pone en el cajón de costado en 3 hileras y 2 ó 3 	

capas, más no conviene (depende si es torito o jaula) (G.).

•Para la feria se colocan para abajo, así es más rápido y tiene mejor vista. El florón va aparte.

Transformación- usos

- Maduro para comer
- Maduro pasado para salsa
- Verde para pickle, escabeche

Síntesis de la diversidad de criterios que se ponen en juego al momento de producir tomate platense

Respecto de la difusión por medios gráficos, esta etapa marca una mayor presencia en medios de difusión masiva, concentrados fundamentalmente en la promoción y la difusión de la fiesta.

Diario El Día (7/01/05): “Fiesta de productores platenses en un clima familiar”. Nota de tapa, previo a la fiesta.

Diario El Día (8/01/05): “Tomate Platense. Expoferia”. Previo a la fiesta.

Diario El Día (9/01/05): “Se realizó la Primera Fiesta del Tomate Platense”.

Tranquera, suplemento rural de varios diarios del interior de la Pcia. de Buenos Aires (08/05) titulaba “Las vidas del tomate”.

Suplemento Norte del Diario El Día (6/01/06): “Llega la 2º edición de la Fiesta del Tomate Platense”.

Diario El Día(8/01/06): “Fiesta del Tomate”

Diario Hoy(4/01/07): “Tratan de recuperar una vieja tradición de mesa platense”

Diario El Día(11/01/09): “El tomate volvió a tener su fiesta”

Diario Diagonales (11/01/09): “El tomate platense tuvo su propia fiesta”.

Diario El Día (15/08/10): “Los tomates también van por el título” en relación a la propuesta de definir una Indicación Geográfica para el tomate platense.

Diario Diagonales (8/09/10): “Orgullosos del tomate platense” (contratapa)

Diario Hoy(14/09/10): “Tras un sello de calidad para el tomate platense”

Le otorgaría un mayor valor agregado

Trás un sello de calidad para el tomate platense

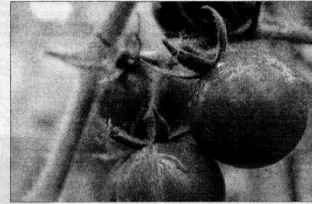
Desde hace más de una década, un equipo de docentes e investigadores de la Facultad de Ciencias Agrarias de la UNLP viene trabajando con productores de la zona en la recuperación y preservación del tomate platense, un producto típico de la región con un sabor, aroma y rusticidad muy particulares. Ahora, el grupo se plantea un nuevo desafío, que es lograr obtener un sello de calidad que permita distinguirlo y aportarle un valor agregado para su comercialización.

Según explicaron los investigadores, el tomate platense es un producto que nació hace más de 70 años a través de una relación muy fuerte entre quinteros y terratenidos. Como tal, dominó por décadas la producción de tomate fresco en la región noplataense. Pero desde los '80, fue paulatinamente desplazado por materiales modernos, hasta tener una presencia muy menor tanto en las quintas como en el mercado.

No obstante, la revalorización que desde hace unos años tienen los productos típicos permitió el redescubrimiento de sus atributos, que los distinguen de otros tomates comerciales.

"La necesidad de preservar y proteger los productos patrimoniales, el interés por mejorar la diferenciación del

Docentes de la UNLP buscan lograr que este producto típico de la región obtenga una certificación de calidad. Realizan encuentros con productores y consumidores



El tomate platense se cultiva desde hace más de 70 años

producto en el punto de venta y por proporcionar confianza en los consumidores nos induce a trabajar esta problemática", afirmó a Hoy el ingeniero agrónomo y profesor de la facultad Juan José Garat.

En ese sentido, el equipo se plantea un interrogante, que es "cómo llegar a un sello de calidad que nos permita distinguirlo y preservarlo, ase-

gurando la calidad y los atributos que lo caracterizan por décadas, y de manera consensuada".

Para ello, los especialistas organizaron una serie de encuentros que tienen por objeto en el marco de un proyecto de indicación geográfica "involucrar a la comunidad en la definición de un sello de calidad que identifique al tomate platense".

Garat señaló que "se busca incluir en el debate a un número amplio de personas en la definición de los atributos más destacables que hacen del tomate platense un producto local, anclado territorialmente".

Luego, esa información consensuada será enviada al ministerio de Agricultura de la Nación, que es el organismo encargado de otorgar los sellos. Según Garat, la obtención de esa certificación permitirá a los productores "comercializar el tomate con un valor diferenciado".

El segundo encuentro en torno a este tema tendrá lugar mañana, a las 17, en el salón Polivalente del Pasaje Dardo Rocha. Está abierto a los productores y consumidores que quieran participar. En el mismo se tratará la historia del tomate platense, la biología de la especie y a través de la participación de los asistentes, se definirán sus atributos más reconocidos.



Humanidades expresó su apoyo a quinteros

El Consejo Directivo de la Facultad de Humanidades de la UNLP aprobó por unanimidad un documento donde expresa su solidaridad con los "productores campesinos que demandan por las tierras que habitan y trabajan".

La facultad hace referencia a las más de 250 familias nucleadas en la Asociación de Medieros y Afines (Aosma) que, "desde julio de este año, reclaman poder trabajar tierras pertenecientes al área productiva del parque Pereyra Iraola que hoy se encuentran ociosas".



Publicaciones en revistas especializadas:

Informe Frutihortícola (02/08).

Informe Frutihortícola (02/09).

Asimismo, en este período, durante el curso del año 2006, se firma un convenio con la Escuela N° 1 de Abasto, Partido de La Plata, en el cual el 'Proyecto' se compromete a ceder semillas hortícolas locales, mientras que las Escuela se impone la reproducción de estos materiales genéticos para garantizar su conservación. En el mismo año, se promueve desde el proyecto, la declaración de Custodios de la Biodiversidad Hortícola Local, presentando un proyecto de declaración en el Honorable Concejo Deliberante de la Ciudad de La Plata. El mismo buscó el reconocimiento de aquellos quinteros que habían preservado una diversidad de hortalizas locales, entre las que se encontraba el tomate platense y es aprobado por unanimidad.

Finalmente, esta etapa cierra con los primeros contactos realizados desde el -en ese entonces- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, para la concreción de un sello de calidad para el tomate platense. Corría el año 2010.

2.3. Tercera etapa (2010-2013). Producto de la repercusión en general de la propuesta, de una política de desarrollo rural dirigida, entre otros objetivos, a conservar producciones agroalimentarias características de determinados territorios y la consecuentemente reciente legislación entorno a la definición de identificaciones geográficas y denominaciones de origen (Ley 25.966), en el año 2010, desde el Ministerio mencionado se propone avanzar hacia la definición de un sello de calidad territorial como la Indicación Geográfica Tomate Platense, de manera de proteger su producción así como promover su cultivo y mejorar las condiciones de vida de sus productores. La iniciativa se realiza a través del Programa Alimentos -PROCAL- del Ministerio y del Programa de Gestión de la Calidad y Diferenciación de Alimentos - Desarrollo de la Indicación Geográfica para el Tomate Platense, acordado con el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura

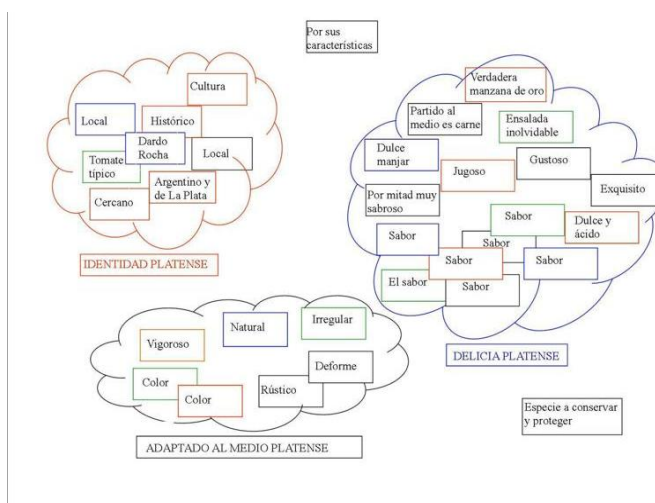
(IICA). En la misma se involucra tanto a los integrantes del proyecto como al GTP y a público en general, en diversas instancias y con grados de participación diferenciados.

Al margen de proseguir con las acciones que le daban continuidad al proyecto (reuniones periódicas con el GTP, las fiestas del tomate platense, ensayos y cultivos), con la iniciativa del Ministerio se buscó poner en evidencia el estrecho vínculo entre el Cinturón Hortícola Platense y el tomate platense, recuperando su historia, determinando el área natural e histórica que definieron al producto –como elemento necesario para limitar geográficamente su cultivo - y consensuando, en la medida de lo posible, las características distintivas del tomate platense y su sistema de producción -tanto de semillas como de fruta- para que se garantice, en el futuro, su identidad. Todo debía ser rigurosamente comprobado, de manera de iniciar los trámites que lleven al sello definitivo.

La metodología que se siguió sostuvo diversas actividades donde se buscaba recuperar la historia, a través de entrevistas y la revisión bibliográfica; definir un área de producción excluyente, a través del cruce de las áreas biogeográficas (Cabrera, 1971), agroecológicas (Viglizzo *et al*, 2002) y bioclimáticas (Czajkowski y Rosenfeld, 1992) y consensuar los atributos distintivos a través de la convocatoria a productores y consumidores a los Encuentros Abiertos con Productores y Consumidores, realizados en el año 2010, en el marco de la consultoría.



Gacetilla de prensa
Diario El Día

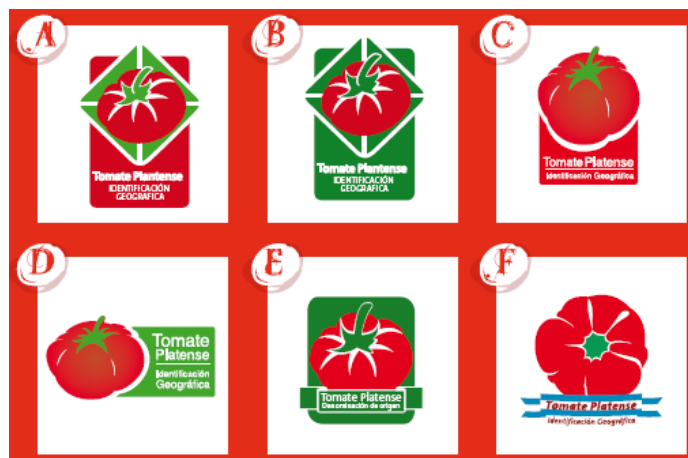


3^{er} Encuentro Abierto

Producto del trabajo realizado en el 3^{er} Encuentro Abierto entre Productores y Consumidores, se alcanzó esta nueva caracterización del tomate platense. La consigna a la que se respondió fue la de definir en tres palabras la esencia del tomate platense

Asimismo, con la colaboración Taller de Diseño en Comunicación Visual la Facultad de Bellas Artes de la UNLP se diseñaron varias propuestas de logos representativos de la IGTP que se pusieron en consideración del público asistente a la 7^o Fiesta del Tomate

Platense. Los logos que se propusieron son los siguientes, resultando el más votado, el logo B.



Una vez cumplidos los requisitos acordados para iniciar la solicitud de registro de la IGTP, se llegó a la conclusión que el producto tomate platense se puede sintetizar como “semilla más territorio”. Finalizadas todas las acciones pertinentes y antes de abordar los compromisos necesarios para avanzar en la concesión del sello de calidad territorial IGTP, el grupo de productores no aceptó asumir los compromisos crecientes que la propuesta requería y el proceso se truncó. En consecuencia, para dar por concluidos los trámites necesarios para alcanzar el sello IGTP quedan pendientes una serie de pasos que aún no se han abordado.

A lo largo de esta etapa se realizaron las 7°, 8°, 9° y 10° fiestas, en las cuales se continuó con la idea de la revalorización a través del contacto directo entre productor y consumidor y de realizar actividades accesorias para sumar público a la convocatoria.





8ª Fiesta del Tomate Platense

La siguiente tabla sintetiza algunas características y alcance de estas fiestas:

	Público (aproximado)*	Productores	Venta tomate platense (cajones aprox. 18 kg.)	Dulce y salsa (frascos)
7^{ma} Fiesta (2011)	12.000	8	139	160
8^{va} Fiesta (2012)	12.000	9	220	527
9^{na} Fiesta (2013)	15.000	5	141	220
10^{ma} Fiesta (2014)	---- **	6	--- ***	--- ***

* Datos publicados en el diario El Día

** La 10ª Fiesta del Tomate Platense se realizó en medio de un clima muy inestable, con abundantes lluvias los días previos. En consecuencia la misma se redujo exclusivamente a la venta de tomate platense en un espacio protegido, reservado originalmente a otra actividad.

*** Sin datos registrados



Acá comienza la fiesta...

Venta de tomate platense

10^{ma} Fiesta del Tomate Platense. E.E.J.H. FCAyF

Los encuentros con productores se discontinuaron hasta el año 2012. La interrupción de los mismos tuvo relación con cierta saturación de actividades (reuniones periódicas, evaluaciones, ensayos, encuentros con otras instituciones y productores, redacción de proyectos, viajes, tanto del equipo técnico como del grupo de productores) y la relativa repercusión entre los productores de los encuentros anteriores, que si bien desde el punto de vista cualitativo aportaron valiosa información, no se logró la presencia masiva esperada. Lo cierto es que en el año 2012 vuelven los EnProToPla. Habían pasado ya 8 fiestas. Se repiten en 2013 y 2014, fundamentalmente con la idea de provocar la interacción entre los productores. Las discusiones se centran ahora en la actualidad del tomate platense, comenzando a presentarse algunas preocupaciones sobre los productores, la comercialización y el futuro.

Al tercer encuentro asisten 8 productores (en algunos casos son las parejas a cargo del cultivo y la comercialización) y si bien la consigna del encuentro fue la discusión en torno al manejo del cultivo, los dos grupos de productores discutiendo sobre el cultivo, su sanidad, los resultados productivos y sobre la comercialización y los consumidores – estrategias comerciales, canales-.

Entre los comentarios que se hicieron, rescatamos los siguientes testimonios: “Hay gente que nos dice que los tenemos que vender más caro por sus características o por ser el único puesto en las ferias. Pero también lo que uno quiere es vender más kilos”; -Yo- “enseño cuales son las cualidades del TP: raya negra, chato, sabor, jugo”; “La feria está buena porque ponés del platense y del otro y que miren. Lo parto porque adentro es bien característico”. También se ponen en evidencia los aprendizajes de los productores relacionados con la experiencia reciente: “Fue un cambio pasar de empleados a decidir nosotros como trabajar la tierra”...“Como teníamos necesidad lo hacíamos... ahora producimos como queremos”, “Era empleada, me contaminaba con el veneno. Fumigaban mientras trabajábamos... Así tenemos el estómago ahora, porque es acumulativo eso. Ahora produzco como quiero”; -el tomate platense es- “sinónimo de pequeño productor”; “Hacer platense es más barato. Es re barato”. También aquí se votó al logo más representativo para el tomate platense; el resultado fue similar al de la fiesta. De alguna

manera esos comentarios demuestran, sin duda, por donde van las preocupaciones y las expectativas de los productores cuando hablamos de tomate platense.

En el cuarto encuentro (2013) son 13 los productores. Si bien lo común siguen siendo los resultados del cultivo y la comercialización, comienza a circular información ‘científica’ en la reunión, porque acompaña la jornada un trabajo sobre poscosecha del tomate platense y las posibilidades de favorecer su calidad comercial. También aparecen con más fuerza los consumidores, desde la mirada de los productores: “La gente pregunta de todo”, “El que lo conoce lo elige”, “La mayoría lo conoce”, “Lo llevan para probar”, “Cuando lo prueban lo piden y lo aprovechan”, “Lo esperan y comen sólo en estación”. Y repiten la palabras de los consumidores: “No me va a engañar”, “Llevo para probar”, “Están muy deformes”, “Es más natural”, “Sabor”, “Tomate de la quinta”, “Apareció un chico en la feria buscando tomate platense, cuando lo encontró, la novia lo vio y dijo ‘qué feo’ y él le contesto ‘no lo busco por lindo, lo busco por rico’”. Finalmente, el 5° encuentro (2014), asistieron 5 productores de tomate platense. La dinámica giró en torno a la evaluación de la campaña 2013-2014 y a la discusión sobre características particulares del tomate platense y su producción. Y como actividad adicional, como divertimento pero también buscando saber cómo se reflejaba el tomate platense entre los asistentes, se propuso a los productores presentes que respondan a la consigna ‘tomate platense’ usando la técnica Cadáver Exquisito²³:

- ✓ “El tomate platense es delicioso y deforme positivamente, resistente, desconocido, difícil.
- ✓ Aunque de intenso color y sabor, planta bien vigorosa, pero la gente no lo conoce.
- ✓ Se pueden sacar varios derivados, tiene buena semilla, es tradicional en la zona.
- ✓ Si algo le falta son más productores, compromiso, propaganda y más organización formal.
- ✓ Para que este grupo crezca, necesitamos que haya buena producción y se venda.
- ✓ Vamos por la fiesta XI”.

Ahí se sintetizaba el sentimiento y la mirada de una parte de los protagonistas de esta historia.

Como en las etapas anteriores, los medios gráficos fueron marcando el ritmo del proyecto, fundamentalmente, en los días que rodeaban a las fiestas:

Diario El Día (13/02/11): “Una multitud en la ‘cosecha’ del histórico tomate platense”

Diario Diagonales (13/02/11): “Salsa para puchero, el boom de la séptima edición de la Fiesta del Tomate Platense”

Diario El Día (14/02/11): “Un encuentro que puede ser incentivo para quinteros y un atractivo para la Región” (editorial).

Revista Brando (2/06/12): “Los salvadores del tomate”.

Diario El Día (12/02/12) “Más de 12 mil vecinos por la tradición del tomate platense”

Publicaciones especializadas:

²³La técnica Cadáver Exquisito, consiste en responder a una consigna determinada, individualmente, desconociendo lo que expresan otros participantes. Se escribe sobre una hoja; el primer participante responde a la consigna, dobla el papel ocultando lo escrito y así pasa al siguiente. El producto es una construcción colectiva a partir de comentarios individuales.

Revista Super Campo (03/11): “Tomate con historia”

2.4. Cuarta etapa (2014-2017). Cuando la fiesta del tomate platense estabilizó la asistencia de público, las instituciones que acompañaron el ‘gran proyecto’ se repetían fiesta tras fiesta y el número de productores y de producción varió relativamente poco entre campaña y campaña, decimos que el proyecto entra en un amesetamiento. El mismo mostraba el límite de una propuesta que, en un sentido respondía a una demanda insatisfecha en medio de un modelo que buscaba la especialización, la homogeneización y la simplificación de los sistemas, más allá de que vayan quedando muchos en el camino.

En esta etapa tuvieron lugar la 11^{ra}, 12^{da} y 13^{ra} fiestas. En estas ediciones, la fiesta ya queda instalada como evento y como la oportunidad de acceder al tomate platense, porque el resto de la campaña, su comercialización se diluye en las verdulerías de La Plata y sus alrededores.

La tabla siguiente presenta información sobre estas ediciones de la fiesta:

	Público (aproximado)*	Productores	Venta tomate platense (cajones aprox. 18 kg.)	Dulce y salsa (frascos)
11^a Fiesta (2015)	12.000	8	-- ***	-- ***
12^a Fiesta (2016)	12.000	9	-- ***	-- ***
13^a Fiesta (2017)	-- **	5	-- ***	-- ***

* Datos aportados por el diario El Día

** Producto del tornado del 5 de febrero, que causó destrozos y pérdida de producción en amplios sectores del cinturón hortícola platense, la fiesta se redujo a la venta de tomate platense y verduras.

*** Sin datos registrados



Anuncio de la fiesta en los barrios



Quema del tomate platense gigante

11ª Fiesta del Tomate Platense

Como dato distintivo en estas últimas fiestas, es la participación de varias facultades de la UNLP, aportando una mayor presencia del Estado y en particular de la UNLP a una actividad destinada al público general.

Los medios gráficos que difunden esta actividad, son:

Diario El Día (10/02/16): “Un secreto que convoca a miles de platenses”.

Diario El Día (9/02/14): “El tomate platense. Un orgullo de la producción local”.

Revista Viva (suplemento dominical Diario Clarín) (24/01/16): “Tomates como los de antes”.

Diario El Día (22/01/16): “Ya preparan la fiesta del tomate platense”.

La Palabra Universitaria (publicación de la Universidad Nacional de La Plata) (06/15): “El regreso de tres productos platenses tradicionales”.

Diario El Día (12/02/17): “Pese a las adversidades del temporal, el Tomate Platense salió a escena en Los Hornos”

Diario El Día (15/01/18): “Del tomate (platense)”

Como decíamos anteriormente, el “proyecto” articuló todas las acciones de revalorización del cultivo de tomate platense. Las mismas sirvieron para hacer visible un cultivo olvidado e involucrar a una diversidad de actores que aportaron su mirada y marcaron los tiempos de las acciones. Asimismo, permitió indagar acerca de la potencialidad y los límites de la propuesta y del mismo se desprendió la necesidad de profundizar el conocimiento en el producto así como en ciertos colectivos que fueron protagonistas a lo largo de todo este tiempo: los productores y los consumidores, los primeros previsiblemente protagonistas y los segundos como un actor que se presentaba como secundario, pero que fue tomando importancia y protagonismo.

Por otro lado, queda en evidencia el impacto que tuvo la iniciativa en los medios de difusión masivos; impacto que le dio visibilidad más allá de los límites locales. Si bien sólo podemos reseñar las publicaciones gráficas, fueron múltiples los medios masivos (radios, tv, internet) que se hicieron eco de la propuesta, promocionando, difundiendo e invitando a cada una de las actividades realizadas y marcando la trascendencia que fue tomando la iniciativa a nivel regional.

CAPITULO V

EL TOMATE PLATENSE Y LOS PRODUCTORES: LA FAMILIA ES LO PRIMERO

Introducción

En este capítulo vamos a analizar el vínculo que ha existido históricamente en el Cinturón CVP entre la producción hortícola y la producción familiar, de la cual se desprende la construcción y la producción del tomate platense. La transformación del tomate ‘a secas’ de principios de Siglo XX, a tomate ‘raya negra’ primero y finalmente a tomate ‘platense’ ya por los años ´40, estuvo y está fuertemente ligado a la producción familiar, la de ayer y la de hoy; la de ayer responsable de su construcción, la de hoy usufructuando su nombre y su fama. Más allá de las diferencias que podemos establecer entre ambas, el tomate platense sigue ‘sirviendo’ a un productor en constante proceso de diferenciación (Benencia, 1997), pero que no se termina de diferenciar.

Esta relación –tomate platense/producción familiar- la establecemos debido a las características particulares del productor familiar; del sistema hortícola platense –su especialización espacial, los tipos sociales dominantes a través del tiempo, su estructura agraria-; del tipo de mercado al cual abastecen –muy localizado regionalmente para el consumo en fresco- y las cualidades particulares del tomate platense, mencionadas en el Capítulo III.

Como presentábamos en el Capítulo III, la producción de tomate platense se estabiliza alrededor de la década del ´40 en nuestra región y por algo así como 40 años es el cultivo de tomate fresco que domina la producción local (Folquer, 1979), pero que fue desplazado por materiales modernos, con prisa y sin pausa, de las quintas de la región. Ahora nos interesa avanzar sobre quiénes producen tomate platense hoy, a la vez de revisar quienes lo produjeron, quienes fueron responsables de su construcción, no en términos nominales, pero sí cual ha sido el sujeto, el actor colectivo responsable de su definición como tal ¿Quién fue el responsable de que ese tomate pase de ser, simplemente tomate, a raya negra primero y finalmente platense? ¿Quiénes producen hoy tomate platense? ¿Los productores de hoy son los de ayer? ¿Hoy son los mismos –ellas o ellos, sus familias- que hace 50 años? ¿Cómo caracterizamos a los productores de tomate platense?

En una serie de entrevistas realizadas a viejos productores con el objetivo de reconstruir la vida en las quintas, destacamos dos aspectos vinculados con la dinámica de la producción, características del modo de vida quintero: la intervención de la familia en el proceso productivo y las técnicas de cuidado de los cultivos y de reproducción de semillas.

- *Y me decías la cantidad que hacías, -pero- ¿Quiénes trabajaban con ustedes para hacer todo eso?*
- *Y bueno, ya después estaban mis hermanos que eran más chicos, ya empezaban algunos de los sobrinos también, y ayudaban.*
- *¿Era toda mano de obra de la familia?*
- *Era toda mano de obra de la familia. Recién cuando fuimos en Berisso que se ponían todas esas hectáreas de tomate tenían un pedazo cada uno, cada mediero tenía un pedazo y entonces se arreglaban...*

I. A., Los Talas, Pdo. de Berisso. 4/10/2000

- *Y este –tomate- platense que hacía tu papá ¿seleccionaba algunas plantas, sacaba semillas, volvía a hacer así, siempre?*
- *Buuuueno, siempre se fue haciendo eso, claro, siempre esa semilla la fue seleccionando de esa manera.*
- *¿Siempre ustedes?*
- *Siempre nosotros, siempre mayormente se sacaba de la primer corona abajo, el tomate, se dejaban y se pasaba... Ese es el sistema que hacíamos nosotros, nada más.*

...

- *Se hacía el almácigo afuera, nosotros mayormente en la costa hacíamos tapa de paja, esa totora que había en la costa, se tejía con hilo y hacían rollos de 5 ó 6 m y se tapaban, se ponía una madera de cada lado...*
- *Un junquito al lado del otro y se tejía como una cortina, de esas que...*
- *Sí, efectivamente, se hacían con tres hilos, uno a la orilla, al medio y al otro, tres hilos eran.*
- *¿Ustedes lo tejían?*
- *Nosotros mismos...*

...

- *Y vos, ¿no le estimulaste que tus hijos fueran quinteros, o ellos decidieron directamente otra cosa?*
- *Bueno, han trabajado conmigo de... ellos han trabajado conmigo hasta los veintipico de años, la chica también, después se independizaron, se casaron, se buscaron su forma de vivir y es así. Pero, sino, no, han trabajado conmigo, sí. Trabajaban la quinta. Y la hija tenía 10 años y nos hacía el puchero, ya. Claro, nosotros trabajábamos en la quinta y ella cocinaba.*

F. D. M., Hudson, Pdo. de Berazategui. 12/12/2000

- *... no, tenía ají vinagre y el otro de la mala palabra, pero hace mucho que no hago más. Hacíamos brucelas en invierno y tomate en verano.*
- *¿Y otros cultivos no hacían?*
- *Sí, a veces acelga, cebolla de verdeo, chaucha, zapallito y siempre nosotros, no había peones, nunca trabajamos con mediero.*

R. B., Hernández, Pdo. de La Plata. 19/08/2000.

- *En Hudson trabajaban Papá, mamá, peoncitos... los hermanos eran chicos.*
- *Lo que mis hijos aprendieron, lo aprendieron al lado mío: caballo más rastrita de madera: 10 cajones de tomate de la cabecera del surco hasta el galpón... tenía 10 años y trabajaba a la par de un grande.*

...

- *¿Esperaba que sus hijos fueran quinteros?*
- *Sí, era la tradición de la familia*
- *¿Y cómo ve a su nieto la quinta ahora?*
- *Muy bueno...*

...

- *¿Cómo se informaba por como sembrar, curar, etc.?*

- *Por los semilleros.*
- *¿Desde el '50?*
- *Si, compraba semilla y la reproducía. Ahora con los híbridos no se puede.*

A. G., 1997. Joaquín Gorina, Pdo. de La Plata

- *Mirando al viejo se aprende a manejar el caballo, a manejar una azada, la luna para los almácigos... a los 8 o 10 años.*
- ...
- *Las primeras cosas que hace un chico: regar el cultivo por surcos -no me gustaba-, dadores de plantas, a destajo para carpir el tomate por abajo...*
- ...
- *Terminaba la escuela y a trabajar. Los viejos eran muy estrictos con eso...*
- ...
- *Trabajábamos a pulmón todos nosotros. Teníamos 2 peones permanentes. En la temporada venían los tanteros, eran de origen europeo, no había argentinos...*
- ...
- *¿Se fue transmitiendo que fuera horticultor -por su hijo-?*
- *No sé, se lleva en la sangre. Yo nunca quise que fuera horticultor, quise que estudiara, no quise...*
- *¿Cómo fue aprendiendo?*
- *De la misma manera que yo, pero con más ventajas, yo no lo obligaba, a mí me obligaban... a mí nadie me inculcó ir a estudiar, a mí me inculcaban ir a laburar.*
- ...
- *¿Cuáles eran las preocupaciones del quintero?*
- *Ninguna... que le caiga una helada en octubre, pero si había tanta semilla que se volvía a plantar. Toda semilla hecha por uno...*

N. S.G., 1997. Joaquín Gorina, Pdo. de La Plata.

1. El sistema hortícola platense.

Como decíamos anteriormente, en el diseño de la ciudad de La Plata y sus espacios aledaños, no sólo estaban equilibradamente dispuestas calles, avenidas, plazas y paseos, sino que se preveía, en la superficie contigua al casco urbano la presencia de huertas que la proveyeran de hortalizas fresca y más allá, chacras que la abastecieran de frutas y leche (Garat, Selis y Velarde, 1999). En esos espacios –fuera del casco urbano sumados a otros dentro del mismo- se instalan los primeros productores, aquellos que darían forma con el tiempo al productor hortícola local: el quintero²⁴. Referencias a la producción temprana de hortalizas las tenemos en Domecq (2004); García (2009); Censo Nacional de 1914 en donde señalan, respectivamente, los problemas que traía la falta de mercado concentrador para la producción local, a fines del S XIX; la ubicación de alguna quinta, a comienzos del siglo XX o la existencia de producción de hortalizas, junto con maíz, trigo, lino y frutales en la segunda década del S XX. Por esos años nace la horticultura en la región. El Censo de

²⁴La ley del 23 de agosto de 1882 dispone la distribución y venta de tierras. Por el artículo 1° estas serían divididas por el Poder Ejecutivo en terrenos para solares, para quintas y para chacras. Las quintas tendrán una extensión de unas 5 manzanas y las chacras de ocho a veinte. Para al año 1885 ya había un total de 534 agricultores; y de 85 hacendados (Díaz, 1892).

1937 señala la existencia de 60 quintas y huertas, 71 establecimientos para la producción ganadera, 187 tambos, 34 mixtos y 25 dedicados al monte frutal (Garat, 1999). Por su parte Gutman, Gutman y Dacal (1987) subrayan la importancia de la producción de hortalizas en el cinturón verde²⁵ para los años 1970, 1975 y 1982, destacando la producción de alcaucil, apio y tomate en el CVP. Estos datos nos dan la pauta de la tradición hortícola de la región.

2. El productor hortícola platense

El productor hortícola local se construye sobre distintas olas inmigratorias (Archenti, 2000), que junto con una dinámica poblacional, económica y política, local y extralocal, van dando forma al CVP. Proviene, en los primeros tiempos, fundamentalmente de Italia – y en menor medida de España y Portugal-, atraídos por el crecimiento económico argentino, así como por situaciones de pobreza que se vivía en el viejo continente. Con experiencia en el trabajo con la tierra –no necesariamente en la producción de hortalizas-, los primeros horticultores que se ocupan de abastecer de hortalizas frescas a la ciudad de La Plata producen en los márgenes del casco urbano de la ciudad –tal como estaba prescripto-, así como en solares residenciales ubicados dentro del casco urbano hasta entrada la década del '50 (Díaz, 1982). Esta situación se daba en las últimas décadas del S XIX y las primeras del S XX –recordar que la ciudad de La Plata fue fundada en 1882-. El crecimiento de la población es acompañado por el crecimiento de la ocupación de la tierra y consecuentemente con el número de actores dedicados a la actividad hortícola.

A la corriente inmigratoria inicial, se suman nuevamente europeos, esta vez en la posguerra, en coincidencia con el arribo de trabajadores provenientes del norte del país, fundamentalmente de Santiago del Estero y en menor medida de Salta y Jujuy (Lemmi, 2011) –concurrente con la fuerte migración interna producida en torno al proceso industrializador de la Argentina-. Ya por los '70 comienza la llegada de trabajadores de Bolivia y se completa, de alguna manera el conglomerado de orígenes de los actores que van a dominar la escena hortícola local: los productores y otros agentes subordinados. Tanto sea en calidad de propietarios, medieros, arrendatarios u ocupantes, van a tener una responsabilidad directa en las características y difusión del tomate platense, escalera gringa (Lemmi, 2011) y escalera boliviana (Benencia, 1997) mediante, junto con aquellos que subordinadamente aportan al desarrollo de la actividad –peones, tanteros, porcentajeros-, sumado al aporte de otros actores que indirectamente apuntalan el proceso productivo –técnicos, comerciantes de insumos, de verduras, consumidores-.

Campesino, colono, farmer, pequeño productor, productor artesanal (Ringuelet, 2000), pequeño capitalista (Benencia, 1997) o bien, pequeña burguesía o burguesía empobrecida (Lemmi, 2011). Estas son algunas de las denominaciones entre las que podría encuadrar al tipo de productor hortícola dominante en el CVP conocido regionalmente como quintero²⁶. Esta variedad de categorías correspondientes a diversas tipologías se debe en buena medida al sentido múltiple que puede adoptar el comportamiento de los productores agropecuarios,

²⁵ Comprende los partidos de La Plata, Fco. Varela, Berazategui, Almirante Brown, E. Etcheverría, Cañuelas, Lobos, Merlo, Marcos Paz, Gral. Rodríguez, Escobar, Pilar y San Pedro.

²⁶ Según Pablo Gutman (Gutman, 1987) quinta “es la casa de recreo en el campo, cuyos colonos solían pagar por renta la quinta parte de los frutos”. O sea, que en los primeros tiempos el quintero era un aparcerero, para luego hacerse extensivo, en la zona, a aquellos productores de hortalizas.

según Archenti, Ringuelet y Salva (1993). Una mirada más flexible de las tipologías de productores nos permite comprender situaciones dinámicas que se ajustan a contextos cambiantes. En este sentido, Tort y Román distinguen a los productores familiares de los empresarios porque: a) la participación directa del titular y su familia en las labores del campo, aunque se contraten trabajadores; y b) la responsabilidad directa del titular en la administración de la explotación, tanto en la parte comercial-financiera como en la laboral productiva (Tort y Román, 2005).

Por su parte, diversos autores, haciendo referencia a variadas descripciones que se hacen del modo de producción y los sujetos que conforman el CVP, señalan que el mismo nace y se sostiene en un modo de producción capitalista (Benencia, 1997; Ringuelet, 2000; Lemmi, 2011). Por caso, bibliografía referida al tema nos dice que ya hacia fines del S XIX, la creación de un mercado concentrador y de las ferias francas en la ciudad de La Plata dan cuenta de que el destino de la producción era en buena medida su comercialización (ver Capítulo III); a su vez existen registros de un mercado de tierras, que constan en el Archivo de Geodesia del Ministerio de Obras Públicas de la Provincia de Buenos Aires y según varios autores la mano de obra familiar se complementa con mano de obra ajena a la explotación, a través de distintos vínculos contractuales (Lemmi, 2011, Archenti, 1993).

Sin embargo, en las explotaciones se combinan rasgos capitalistas y no capitalistas. Esta afirmación se desprende de la combinación de una estrategia en la cual la ocupación de la mano de obra familiar, el autoconsumo de determinadas producciones, la reducción del riesgo por una muy diversificada producción y el autoabastecimiento de insumos para la producción (Benencia, 1997) -por ejemplo, la producción de semilla propia-, es coordinada con la producción para el mercado, cierta especialización productiva y el interés constante de acumular en tierra y/o capital de trabajo para la reproducción del sistema. Ese quintero representó total o parcialmente a lo largo de su historia a estas categorías, producto del devenir de su historia y de los cambios y transformaciones que se sucedieron en el sector.

Entonces, la producción hortícola en la región se caracterizó, desde que se establecen los primeros quinteros, por tener un fuerte carácter familiar. Los procesos de diferenciación, de resistencia y de expansión entre los productores que se han sucedido a lo largo de más de 100 años de horticultura, desde las primeras ocupaciones del territorio circundante a la novísima capital de la provincia de Buenos Aires hasta la actualidad, en esencia, no han modificado ese perfil, si bien los tradicionales quinteros de origen italiano, español o portugués han dado lugar a productores de origen boliviano y si bien el productor gringo tipo producía a campo, entre 3 y 8 hectáreas promedio y era propietario, y actualmente, el productor de origen boliviano, arrienda la tierra y produce fundamentalmente bajo cobertura alrededor de 1 ha (Waisman, 2011).

En el mismo sentido, Benencia (1997) afirma que el Cinturón Verde Bonaerense tiene un carácter heterogéneo en cuanto al tipo de productores que lo han ido conformando, destacándose una presencia muy fuerte del productor de tipo familiar. Según su mirada, es posible distinguir, hasta entrados los '90, tres grandes etapas (ver Capítulo III) en las que domina este tipo de productor. En los comienzos, aproximadamente un 50% del total de productores era de tipo familiar, mientras que aquellos de tipo empresarial representaban el

10%, agrega el mismo autor. Por su parte, Gutman, Gutman y Dacal, siguiendo un estudio realizado por el Ministerio de Asuntos Agrarios de la provincia de Buenos Aires hacia el año 1974 dice que “el productor y su familia contribuían con casi las 2/3 partes la fuerza de trabajo empleada en la producción” (1987:90). Asimismo, Ringuelet, refiriéndose específicamente al CVP, señala que “Estas producciones agrícolas intensivas... constituían –al menos hasta finales de los ‘80-, mayoritariamente explotaciones familiares y pequeños y medianos establecimientos empresariales”. Este tipo social, junto con el mediero -esta otra forma contractual que se incorpora a la actividad por los ‘50 como una figura que permite la flexibilización de la mano de obra y su enmascaramiento por el carácter de “socio” del mediero (Benencia, 1997)- son los puntales de la consolidación de la horticultura local a través de los años (Ringuelet, 2000: 18).

En los comienzos, aquellos que se ocuparon de producir hortalizas lo hicieron fundamentalmente como aparceros o como arrendatarios (Ringuelet, 2000), o como peones o medieros y luego de algunos años de trabajo y acumulación, el acceso a la categoría de productor y a la propiedad de la tierra fueron definiendo la estructura fundiaria que dominó hasta los ‘90 (Waisman, 2011). El acceso a la tierra en propiedad tiene su impulso en el primer gobierno peronista, que, combinado una relativamente baja competencia de producción extralocal–que genera un largo período excepcional de precios favorables- y la limitada competencia por otros usos –residencial, especulativo-, facilita el acceso a la propiedad de la tierra hasta aproximadamente los años ‘60.

Para el año 1988 Benencia (1997) da para la zona sur del conurbano bonaerense un 70% de la tierra en propiedad, algo más de un 6% combinando propiedad y arrendamiento, arrendamiento puro un 10%. Ya en los ‘90-2000, el acceso a la propiedad se hace más difícil, fundamentalmente por la competencia que se crea con el uso inmobiliario y especulativo de la tierra y el arrendamiento pasa a tener una importancia destacada en el sistema hortícola local (Gutman, 1987; Ringuelet, 2000; Waisman, 2011).

Hasta aquí definimos al quintero como, fundamentalmente, un productor familiar, a instancia de las descripciones y definiciones de diversos autores. Ahora decimos que ‘ese’ productor o mejor dicho esa familia, como tal, tuvo directa responsabilidad en que el tomate de los años ‘20 ó ‘30, sea tomate platense en los ‘40.

3. Del productor de *commodity* al productor de *speciality*

Existe un productor –familiar- que toma al tomate como *commodity* y un productor –familiar- que lo toma como producto diferenciado. En principio, tanto considerando los productores como las producciones, cabe mencionar lo que escribió Santos en el año 1996 “... el presente como resultado de un proceso... El espacio está, grosso modo, formado por sistemas de ingeniería y flujos de relaciones. Aquellos dejan su marca concreta en los objetos geográficos materiales que forman la configuración territorial y los paisajes, los cuales funcionan como verdadera condición del desarrollo social. El hecho de que los cambios operados en el espacio raramente eliminan de una vez los rasgos materiales del pasado, obliga a reconsiderar las fases respectivas de instalación de nuevos instrumentos de trabajo. En cada fase, las relaciones sociales no son de la misma naturaleza. Así, las combinaciones entre flujos y fijos, aunque estos aparentemente no cambien, no son las

mismas según los períodos” (Santos, 1996:108). El tomate platense fue desplazado, pero no desapareció. Permaneció en la memoria de productores y consumidores; dejó una marca – un sistema de ingeniería- y lazos –flujo de relaciones- que le permitieron superar un período de ‘ostracismo’ para regresar, sostenido precisamente en las necesidades de unos y la memoria de muchos.

Decíamos más arriba que en un período que va desde los ´80 hasta los 2000, es el espacio de tiempo en el que el tomate platense se ‘refugia’ en algunas quintas y huertas. Su producción se limita a pequeñas parcelas para abastecer mercados locales y el autoconsumo. Pero producto de una serie de cambios en el consumo y en una nueva mirada que se tiene de lo agroalimentario (ver Capítulo I) el tomate platense regresó ya no como *commodity* sino como producto diferenciado o diferente. Ya tenía con que se lo comparara. Y aquellos encargados de su producción no son necesariamente aquellos que lo ‘construyeron’ sino que nace un ‘nuevo’ productor de tomate platense, aunque se preserva carácter de familiar.

En un artículo realizado en el año 2012 alrededor de la pregunta que quienes produjeron y quienes producen tomate platense (Garat, Ventura, Raimundi e Isla, 2012), se definen 3 categorías: 1) aquellos productores que abandonan definitivamente el cultivo, 2) aquellos que lo abandonan y lo retoman y 3) aquellos que lo producen por primera vez en calidad de productor²⁷. Es interesante ver las respuestas de los primeros y los segundos a la pregunta de por qué abandonaron el cultivo (categorías 1 y 2). Entre las respuestas, hay mucha referencia:

- al producto: “el –tomate- platense tiene mucho descarte”, “no tenía salida, no se vendía”, “no servía para comercializar porque no tenía firmeza”, “menor rendimiento”, “mayor desperdicio”, etc.;
- al contexto: “el Mercado Central no lo quería”, “no tenía salida, no se vendía”, “los hipermercados exigen”
- a la modernización de la horticultura: “híbrido rinde más”, “planté híbrido”, “la competencia con el híbrido”, “la gente buscaba lo lindo”.

Pero entre estos productores, figuran aquellos que lo retoman (categoría 2) ¿Por qué lo retoman? Otra vez el contexto, ahora en sentido inverso: “oía comentarios sobre el -tomate-platense”, “convocatoria”, “el híbrido no se vendía tanto”, “la gente lo pedía”, “me lo piden” y deseos personales: “me gustaba y lo conocía”, “para comer”, “quería comer tomate rico”, “le trae recuerdos de las quintas”, “siempre me gustó”, “lo añoraba”. En esta transición, el tomate platense pasó de ser “deforme”, “blando”, “poco rendidor” a “irregular”, “rústico” y fundamentalmente “rico”, “sabroso”, “con jugo”. Estos productores, junto a aquellos que deciden cultivarlo por primera vez, se ubican en el estrato inferior entre los productores familiares (categorías 2 y 3). De alguna manera, los productores de la categoría 2 reconsideran una decisión y se acomodan a los nuevos tiempos.

²⁷Productor como aquel agente responsable que organiza la producción y de la toma de decisiones en la unidad de producción, más allá del volumen de mano de obra puesta en juego en el acto productivo.

La siguiente tabla representa a los miembros del Grupo de Productores de Tomate Platense²⁸, que agrupa a productoras y productores de la segunda y tercera categoría, de acuerdo con la constitución que tenía en el año 2012, entre los que predomina como vemos el carácter familiar de la mano de obra.

Productor	Tenencia	Superficie en hectáreas	Mano de obra	Capital de trabajo (tractor, invernáculo, herramientas de trabajo)	Origen
S	Propiedad	2	Familiar	Medio	Argentina -Sgo. del Estero-
A	Propiedad	1	Familiar	Medio	Argentina -La Plata-
I	Propiedad	5	Familiar	Medio	Argentina -Salta-
M	Cesión	0,5	Familiar	Bajo	Bolivia -Tarija-
A	Cesión	1	Familiar	Bajo	Bolivia -Tarija-
G	Propiedad	2	Familiar	Bajo	Bolivia -Tarija-

Siguiendo con la caracterización de los productores actuales de tomate platense, dicho estudio, que toma casi la totalidad del universo de productores de tomate platense de la campaña 2011-2012 (18/20), dice que:

- 61 % son propietarios
- 33 % son arrendatarios
- 94% iniciaron esta última campaña con semilla propia o cedida (78% con semilla propia)
- 72% utiliza mano de obra familiar (independientemente de si contrata fijos, temporales).
- 89% cultiva, además, otros tipos de tomate

²⁸El Grupo de Productores de Tomate Platense (GTP) es una organización no formalizada que reúne a productores de tomate platense desde el año 2006. No todos aquellos que producen tomate platense forman parte de este agrupamiento.

- 68% vende la verdura por circuitos largos (lleva al mercado o vende a culata de camión)
- 85% vende el tomate platense por circuitos cortos (venta directa en quinta y otros: feria, fiesta, verdulería propia, Mercado de Bonpland, etc.)
- A diferencia de los viejos productores de tomate platense, los actuales cultivan en promedio 3.000 plantas, lo que ocupa menos de ¼ de hectárea, –que van desde un caso de 9.000 hasta varios de aproximadamente 1.500 plantas- (Ventura, 2012), contra las 20.000 ó 25.000 que producían los quinteros tradicionales consultados, en el pasado.
- 78% cultivó tomate platense por primera vez antes de 1990; de los 18 que producen actualmente, la mitad abandonó el cultivo entre 1980 y 1990 y lo retomó entre el 2002 y el 2011, mientras que sólo 3 casos producen por primera vez tomate platense del 2000 a la fecha.

Como una primera deducción de este estudio, podemos decir que aquellos que producen tomate platense en esta segunda época, siguen representando al productor familiar, mediana a escasamente capitalizado y que son una combinación de lo que define Waisman (2011) como productores con una trayectoria profunda -segunda o tercera generación de quinteros- y una reciente, llegados al país en los últimos 20 años.

Estas consideraciones, que toman en cuenta tanto las características botánicas de una especie, como las de un tipo particular de productor, de una producción y de un territorio, nos permiten ligar a aquellos productores familiares pioneros, responsables de la construcción del tomate platense -que por particularidades del tomate y del contexto lo reemplazaron por materiales más modernos-, con aquellos que lo retoman, no ya como tomate, sino como tomate platense, en una combinación de pragmatismo, arreglo a sus posibilidades y memoria. Estos últimos, a través de mecanismos de adaptabilidad y flexibilidad en un contexto de ajuste (Ringuelet, 2000), desarrollan estrategias de resistencia para sostenerse en el sistema. Ambos son familiares, ambos producen tomate platense.

Podemos marcar a la crisis que afecta al sector por los años ´80 como punto de inflexión para el sector hortícola en general y para la producción familiar en particular, en la que un modelo asociado a la producción tradicional, sostenido en mano de obra familiar, la propiedad de la tierra, una gran diversidad de cultivos y la autoproducción de insumos da paso a una producción más intensiva, a instancias de un salto tecnológico con la incorporación de insumos modernos, invernáculos, sistemas de riego innovadores junto al desarrollo de un mercado nacional (Ringuelet, 2000; Lemmi, 2011). Cambia el contexto y el tomate platense regresa, igual pero distinto, de la mano de los mismos –aunque no tanto-.

4. Un tomate, muchos criterios

Entre los argumentos que explican la producción de un producto típico o diferenciado, se privilegia el reconocimiento de un saber-hacer, como la experiencia y el conocimiento que cada sujeto vuelca en el proceso productivo. Como ejemplo de dicho saber-hacer expresado en el tomate platense, realizamos un cuadro con los modos de producir tomate platense, de

acuerdo con las distintas etapas en el ciclo del cultivo, considerando al Grupo de Productores de Tomate Platense, en el año 2013.

Los criterios aplicados a la producción de tomate platense por parte de los productores no son siempre los mismos. Difieren fundamentalmente por los saberes transmitidos, la experiencia y las lógicas que se ponen en juego al momento de decidir la producción. En algunos casos, las diferencias son sutiles o no tienen mayor incidencia en el desarrollo del cultivo o bien no ponen en riesgo el producto final, como puede ser cada cuanto atan a la planta o si desfloran o no. En otros casos, y a lo largo del tiempo, puede haber incidido en el producto que se fue construyendo, por ejemplo, la selección –o no- del fruto para la producción de semillas. Lo cierto es que en cada una de esas decisiones queda la marca de quien la realiza y nos señala cuanto tiene el tomate platense del sello de cada productor.

	PRODUCCIÓN DE SEMILLA	ALMÁCIGO	PREPARACIÓN DEL SUELO	TRANSPLANTE	MARCO DE PLANTACIÓN	1º RIEGO
Susana	Elije los frutos más parecidos al TP (chatos, raya verde) de la 1º y 2º corona, corta, exprime, fermenta 2 noches. Extiende capa fina de semillas sobre cajón con arpillera a sol directo. Pasa la mano cada 15' para despegarlas. Cuando secó la deja por 2 días al sol sin revolver, guardando a la noche. Guarda en frascos con diario en el fondo. Frascos en cajas etiquetadas. Guarda en la cochera, en oscuridad	Primera fecha: 24 de junio. Segunda fecha: mediados de octubre. En <i>spilding</i> con tierra comprada, 1 semilla por celda. <i>Spildings</i> apilados y envueltos con nylon hasta que emerge la plántula	(en invernadero) Bosta de pollo, rotativa, surcos (entre 80 y 90 cm), goteo (2 líneas de manguera por surco)	6/8 hojas.	A +/- 40 cm (un zapín de distancia). 1º riego: ni bien transplanta, por goteo durante 15'	
Lidia		En <i>spilding</i> con tierra comprada, varias semillas por celda, al azar	(en invernadero) Bosta de gallina (1 carretilla entre palos), cincel, rotativa, surcos a 80 cm. (a campo, similar)	Cuando la raíz está bien compacta con el terrón	A 1 zapín de distancia	Por su

<p>Isabel</p>	<p>Elige los frutos por sanidad y madurez de la 3° o 4° corona, corta, exprime en tacho con agua, fermenta 2 o 3 días hasta que sube la "basura". Enjuaga hasta que queda clarita. Extiende sobre tela a sol directo removiendo para que no se peguen, guardando de noche. Guarda en trapo de algodón en el ropero</p>	<p>Desde primeros días de agosto hasta 30 de septiembre. En <i>spilding</i> con tierra comprada, 1 semilla por celda. <i>Spildings</i> apilados y envueltos con nylon</p>		<p>6/8 hojas</p>		
<p>Miguel</p>	<p>Elige frutos bien maduros de la última corona (7°, que no cosecha para vender), corta, exprime, agrega balde de agua, fermenta 2 días. Agrega otro balde de agua, revuelve con la mano 4 a 5 veces para sacar lo que flota. Extiende en trapo dentro del invernadero, a sol directo durante 3 días, revolviendo con la mano. Guarda en bolsitas de nylon</p>	<p>Primera fecha: primeros días de agosto. Segunda fecha: octubre. En <i>spilding</i> con tierra preparada por él: tierra, hojarasca de pino y, a veces, cáscara de arroz (cama de pollo). "La tierra comprada la regás y la 'comida' se va para abajo". 1 o 2 semillas por celda,</p>	<p>(a campo) arado, 2 semanas después, abono de gallina (1 camión cada 10 caballetes), 3 o 4 pasadas de rastra, surcos a 70 cm</p>	<p>8 hojas, "bien grande"</p>	<p>A un zapín de distancia. 1° riego ni bien transplanta, por surcos</p>	<p>Por su</p>

		según caigan, después repica a otros <i>spildings</i> . <i>Spildings</i> sobre mesa, en invernadero, tapados con nylon					
Gabina	<p>Cuando cosecha deja en algunas plantas 1° y 2° corona y cuando maduran bien, cosecha. Usa indistintamente el florón. La fruta que usa para semilla luego la usa para salsa y dulce. Elige los frutos más bonitos de las primeras coronas, corta, exprime, agrega agua, fermenta 2 o 3 días. Lava. Extiende sobre bolsa de papa a sol directo, removiendo por 3 días</p>	<p>Primera fecha: 30 de agosto. En <i>spilding</i> con tierra comprada en semillería. 1 semilla por celda. Segunda fecha: 24 de octubre. En <i>spilding</i> con tierra comprada en semillería. 4 semillas por celda</p>	(a campo) Arado, disco, rotativa, surcos a 80 cm	"Cuando sale"	sale,	<p>A 40 cm, 1° riego ni bien transplanta, por surco.</p>	<p>Con agua, regado por tarde. Riega a poca para se engros</p>
Albina	<p>Elige frutos bien maduros de la 1° o 2° corona (sanos y de tamaño mediano), corta, exprime, fermenta 2 o 3 días hasta que se separa lo bueno de lo malo. Extiende en</p>	<p>Fines de agosto. En <i>spilding</i> con tierra comprada. Varias semillas por celda y repica</p>	(a campo) Disco y arado (por pasto), bosta de pollo, disco, rotativa, surcos.	"Cuando sale"	sale,	<p>A un zapín de distancia. 1° riego ni bien transplanta, por surcos</p>	<p>Con agua, regado por tarde. Riega a poca para se engros</p>

	arpillera a sol directo 2 días, dando vuelta para que no se brote					
Aníbal	En planta elije los frutos más redondos y parejos de la 1° corona, los deja madurar bien en planta. Sanos o podridos es indistinto. También usa toda la semilla del proceso de salsa o dulce, sin selección. Pone en tacho. Fermenta 2 días. Lo de abajo lo lava en la canilla con un colador. Pone a secar a la sombra hasta que se separan solas, fácil.	Primera fecha: 1 de septiembre. (antes: directo en tierra abonada con bosta de vaca, oveja o cama de pollo, nunca gallina). En <i>spilding</i> con tierra comprada: "de tanto regarla se lava todo; llega justo hasta el trasplante, después se amarillea	(a campo) Disco, bosta de gallina (dejando que se pudra bien, con mucha anticipación, en Abril), disco en primavera, surcos a 75 cm	Cuando está grueso y tiene +/- 12 cm de altura	A 30 cm. 1° riego ni bien transplanta, por surcos	Con agua, la mañana temprana para las h... pueda secarse no quede húmeda a noche
Amado			(a campo) rotativa, pasa la cinta de goteo, planta, bosta y tapa ('ya queda aporcado')	no hace	1° riego ni bien planta y enseguida pone las cañas	
Eduardo	Deja 1/2 caballete (la cara de 'afuera', en la que da el sol) sin cosechar. 1 semana después cosecha. Usa frutos de 1° y 2° corona porque tienen semillas más grandes. Selecciona por					

tamaño parejo. No usa el florón. Sanos o podridos es indistinto				
--	--	--	--	--

El objetivo de este capítulo ha sido el de introducir la relación que se ha establecido a través del tiempo entre la producción familiar y el tomate platense, por la cual decimos que el tomate platense es producto de la producción hortícola familiar. Para ello nos hemos valido de información que señala cómo y con quienes se ha ocupado el cinturón verde platense, de las características de la especie y del manejo que caracterizó al tomate en la región; estas variables entendemos permiten inferir esa relación y harían de la misma un argumento válido para la promoción de producciones agroalimentarias típicas entre quienes ocupan mayoritariamente el territorio hortícola local.

Sintéticamente, inferimos esta relación porque:

- la identificación del tomate platense que se asocia directamente con este territorio (Cinturón Verde Platense),
- es el productor familiar el que domina ampliamente entre los tipos sociales presentes en el territorio y por definición en este sistema, la mano de obra dominante es la familiar,
- el cultivo de tomate platense requiere aporte de mano de obra intensiva, tanto para la conducción como para la reproducción (producción de semillas),
- el tipo de cultivo, su reproducción y su comercialización están atados a un tipo particular de productor. Un cultivo donde se tercerizan las tareas (acceso a la semilla – o al plantín-, conducción, intensivo en cuanto a aplicaciones fitosanitarias, etc.) entendemos representa un tipo de productor abocado a la coordinación más que al trabajo directo.

CAPÍTULO VI

EL TOMATE PLATENSE Y LOS CONSUMIDORES

Habiendo realizado algunas revisiones sobre consumo y calidad, nos cabe ahora concentrarnos en el tomate platense y sus consumidores ¿Qué hay en el consumo, en la representación que tienen los consumidores del tomate platense? Algo fuimos adelantando. Ahora nos concentramos en la palabra de los consumidores porque entendemos que el ‘éxito’ de este tipo de propuestas está relacionada con la tracción que los mismos puedan generar, partiendo de su memoria y su paladar insatisfecho.

En este sentido, en distintas actividades en torno al tomate platense se buscó caracterizar a ese consumidor y se le consultó sobre variados aspectos según los cuales definía al producto. Cabe aclarar que estas actividades tenían al tomate platense como figura convocante (degustaciones de tomate platense, las Fiestas del Tomate Platense y los encuentros para definir la Indicación Geográfica Tomate Platense), lo que señala que los asistentes, más allá de la curiosidad que pudieran despertar los eventos, tenían cierto conocimiento e interés por el producto.

Entre las acciones llevadas a cabo para analizar que piensan y dicen los consumidores de tomate platense, se construyó una encuesta (Ventura, 2014) que permitió, en principio, caracterizar al consumidor (edad, sexo, nivel socio-educativo, radicación), indagar en torno al conocimiento sobre productos típicos y cómo se vinculaba el mismo con el tomate platense y los productos agroalimentarios típicos (dónde compra, si conoce o visita otras fiestas, etc.). La misma se aplicó en la 9° y la 10° Fiesta del Tomate Platense a la vez que se instrumentó mediante un formulario *web* que se envió a los consumidores inscriptos en el *mailing* del grupo de productores, se publicó en las páginas *web* y *facebook* del proyecto tomate platense. Totalizaron 161 encuestas, distribuidas de manera estadísticamente uniforme tanto por género como por edad.

Del total de encuestados, el 83% se reconocen como platenses, un 73% no tiene relación directa con la producción hortícola, más de un 70% tiene más de 30 años –en términos etarios, este porcentaje pudo haber conocido al tomate platense antes de su desplazamiento- y en su mayoría (74%) saben de la existencia de eventos similares en la región en los que se revalorizan producciones agroalimentarias regionales y/o artesanales. Este dato nos permite suponer cierta tendencia a valorar este tipo de productos. En cuanto al acceso al tomate platense, en su mayoría reconoce implícitamente que recurre a canales cortos de comercialización, en los que se destacan las Fiestas del Tomate Platense –dominando ampliamente el medio de acceder al cultivo- y la compra en ferias francas.

Cuando se les preguntó porque consumen tomate platense, una amplia mayoría hizo referencia al sabor, relegando a un segundo plano variables como ‘calidad’, historia, tradición y, por último, el precio. Inferimos que cuando se refieren a calidad, valoran aspectos formales de la misma, dejando afuera otras variables que nosotros incluimos, como el sabor, la tradición, etc. Decimos esto, porque cuando se les pide que definan la calidad del tomate platense, según su criterio, hacen hincapié en aspectos organolépticos, con algunos agregados vinculados con la naturaleza, el origen, la genética: “sabor a tomate, realmente a tomate”, “el sabor a tomate”, “su sabor”, “buen gusto”, “sensación natural al comerlo, sabor”, “el sabor de lo natural”, “gusto a verdadero tomate”, “su calidad al

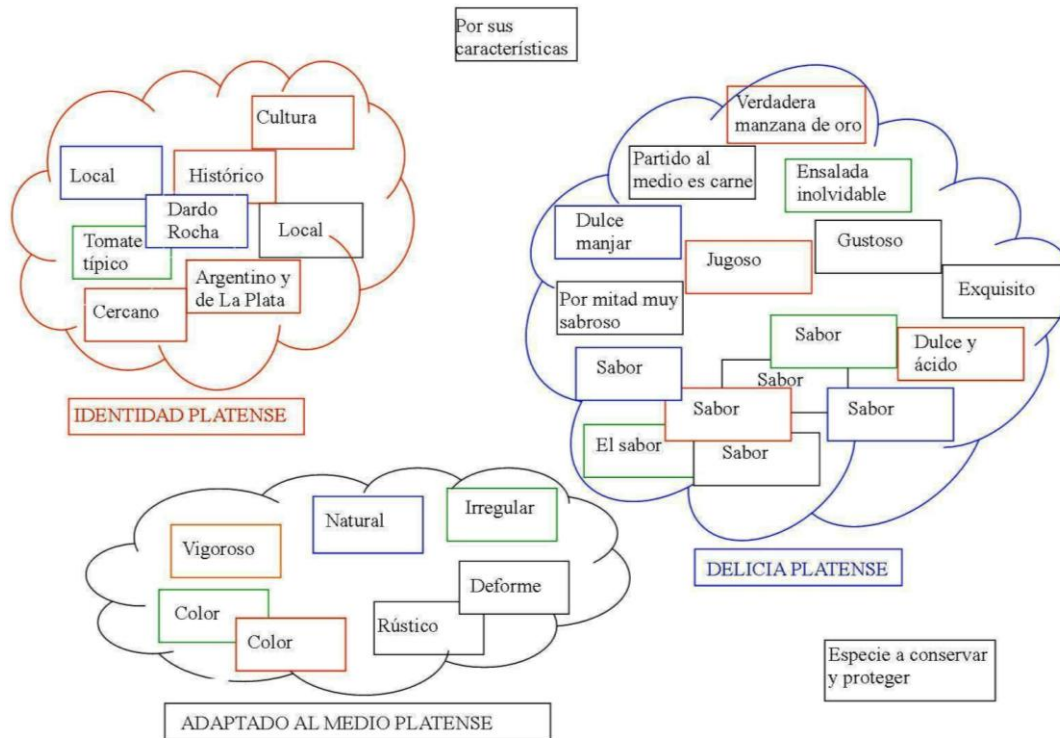
saborearlo y su suavidad al comerlo”, “la pulpa muy sabrosa”, “el incomparable sabor que tiene”, “su sabor, definido por la genética”. Asimismo, otros relacionan calidad con diversos aspectos que hacen a la producción: “La forma en la que se produce y su sabor”, “Su forma de producción, venta en canales directos”, “Que es cultivado con cuidado y es sabroso y sano”, “El ambiente socio económico donde se produce”.

Más aún, preguntados sobre qué palabra vinculan al tomate platense surge una diversidad de asociaciones que permitió definir varias categorías que amplían la mirada de la calidad y que se sintetizan a continuación:

Lo externo/estético/apariencia	“rojo, rico, grande”, “sin forma”, “enorme”, “deforme”, “fresco”, “tamaño”, “forma”. “rusticidad”
Organoléptico (propiedades que se captan con los sentidos)	“rico, sabroso, gusto”, “exquisito”, “rico”, “acidez, dulce, jugoso”, “aroma, sabor, natural”, “olor”, “sabroso”,
Cultural histórico-historia personal	“tradición, adaptación, sabor”, “gusto, perecedero, tradicional”, “tradición, quinta, sabor”, “tradición”, “gusto, familia”, “infancia, sabor, local”, “agricultura familiar, esfuerzo”, “infancia, huerta, abuelo”, “Tradición”, “gusto, jugoso, recuerdos”
Territorio	“producto regional”, “local”, “fiesta, región, productores”, “agricultura familiar”, “producto local”, “La Plata, tamaño, natural”, “regional”
Medio ambiente-Salud	“natural”, “estacional”, “sabor a tomate”, “salud, naturaleza, ecología”

Una encuesta similar se realizó en la 12° Fiesta del Tomate Platense, que arrojó resultados similares, reforzando la caracterización del mismo alrededor del sabor, la forma, la tradición, el aroma y la región.

Por su parte, en el año 2010 se realizó un encuentro para avanzar en la definición de la Indicación Geográfica Tomate Platense. Al consultar a los presentes sobre cómo caracterizaría al tomate platense, se definieron “nubes” que englobaban a 3 atributos del mismo: su aclimatación (nube “Adaptado al Medio Platense”), su sabor (nube “Delicia Platense”) y su identidad (nube “Identidad Platense”)



Evidentemente aquí también hay evocaciones, aludiendo al recuerdo, a la memoria y a una mirada muy atravesada por las subjetividades propias del caso.

Entonces, cuando repasamos las conceptualizaciones sobre consumo y calidad y las contrastamos con lo que opinan los consumidores encontramos algunos cruces que es interesante destacar. Es evidente una mirada más amplia de la calidad cargada de subjetividades y de intangibles, se ve reflejada en la opinión de evaluadores no expertos, para los cuales el tomate platense ‘significa’ más que ‘es’.

Pero este descubrimiento o esta resignificación del concepto de calidad abre las puertas a nuevos desarrollos y a revelar en determinados productos agroalimentarios no son el pasado en un mundo cambiante, pero que a la vez sigue cierta inercia. “Hay que satisfacer esas demandas complementarias o simultáneas que abren nuevas perspectivas, aunque no limitadas” (Hervieu, 1996: 124)

CONCLUSIONES

En esta Tesis repasamos buena parte de la historia del tomate platense, su entorno y su contexto y las acciones llevadas a cabo desde el “Proyecto de Difusión y Revalorización del Tomate Platense”, iniciado en el año 1999, cuya finalidad fue la de poner en valor un producto prácticamente invisibilizado entre las quintas y los comercios. El escenario en esos años, respecto al sistema agroalimentario, mostraba un creciente interés por los productos alimentarios típicos, de la tierra, fundamentalmente en Europa y muy incipientemente en la Argentina. En este sentido, recorrimos las últimas décadas viendo cómo se transformó el CVP, cómo se modificó la mirada sobre el consumo, qué sucedió con las familias productoras del territorio y como un producto genérico, de la mano de esas transformaciones, pasó a ser considerado de manera distinta.

En nuestro análisis de la transformación de un *commodity* en un producto diferenciado podemos distinguir cuatro factores determinantes, que se conjugan en tiempo y espacio para modificar un destino que parecía inexorable. Hablamos del papel de productores, consumidores, Estado y territorio que se encuentran en un punto y en tanto actores confluyen en un trabajo conjunto. Son fundamentalmente estos cuatro factores los que se reconocen en un determinado momento de la historia reciente para modificar el devenir de un cultivo y su entorno y si bien son movilizados a partir de una dinámica que es ajena al territorio, se constituyen en una expresión territorial. Sólo el Estado –acá nos referimos a una iniciativa que nace en una universidad pública- podríamos decir que es el más territorializado, aunque es seguramente discutible. Pero en conjunto responden a una dinámica socio-económica que se repite en otras regiones a partir de una tendencia global que revaloriza lo local. Este caso es de alguna manera un ejemplo entre tantos ¿Aisladamente, cada uno de estos factores hubieran podido modificar el estatus del producto? Entendemos que no hubiera sido factible, porque las posibilidades del producto sólo se potencian en la confluencia con otros elementos de la política y del territorio.

En cuanto al territorio, la historia del Cinturón Hortícola de La Plata es representativa de lo que sucedió en otras regiones con la producción agroalimentaria en general y producción intensiva para el consumo en fresco en particular. Hubo una modernización ‘universal’ que reemplazó a través del tiempo cultivos, poblaciones, tecnologías. Asimismo esas regiones hortícolas con un espesor histórico igual o mayor al nuestro, tienen una rica memoria de quienes, qué y cómo se producía. Y esa memoria está inscrita en el territorio mismo, no es exclusiva de uno u otro actor. Imposible olvidar aquí la dinámica migratoria, tan propia del CVP como de otras regiones del planeta.

De la mano de esas transformaciones, la familia productora fue adaptándose o acomodándose a un modelo de producción que fue modificando algunos parámetros, en el que fue tercerizando cada vez más diversas actividades y cuya incidencia en el desarrollo de los cultivos fue limitándose. El grado en que se fue acomodando a nuevas formas de organización y/o a novedades tecnológicas no fue ajeno a otras transformaciones ocurridas en el sistema de producción hortícola. Algunos párrafos más arriba, caracterizábamos a las familias de productores como parte campesinos, parte capitalistas. Es quizás en esta dualidad que se inscribe el involucramiento de las productoras y productores en esta propuesta; no podemos dejar de pensar que, si bien se busca recuperar un cultivo con historia, representativo de un modelo de producción y de hasta de un modo de vida ya superados, esa recuperación responde a cierto reconocimiento de un nicho particular de

mercado, a una demanda insatisfecha y a una estrategia productivo-comercial digna de una estrategia moderna de marketing.

Por su parte, los consumidores que son, en cierto sentido, quienes traccionan con sus decisiones buena parte de la dinámica en este tipo de procesos, acompañan desde un lugar a veces más activo y otras más pasivo las propuestas y las convocatorias ligadas a la revalorización del tomate platense. Aquí se pone en juego la memoria, la nostalgia y la esperanza que, según Bertrand Hervieu, motorizan estas dinámicas.

Hasta aquí, aquellos tres de los factores que decíamos antes no son exclusivos de esta región, pero que en esta región se expresan y se conjugan junto al factor Estado, que a instancia de una política activa los motoriza para renovar un producto con mucha carga simbólica y un potencial alentador. El Estado, en este caso a través de una universidad pública, recoge tendencias, realiza una relectura del territorio y activa una serie de mecanismos para proponer que aquello que representaba al pasado vuelva como el futuro.

¿Cómo abordar una propuesta, que en principio propone romper con la inercia del sistema productivo hegemónico y homogeneizante? Sólo tenemos ejemplos de otras latitudes ¿Y cómo hacerlo si la propuesta busca, además, involucrar a los destinatarios en las decisiones? ¿Cómo hacer de un territorio, un cultivo -o viceversa-? A lo largo de los años fueron varios los retos: revalorizar un cultivo, involucrar a los destinatarios, incluir instituciones y consumidores, transformar un *commodity* en un producto diferenciado. Algunas preguntas que se han ido contestando en el transcurso de las acciones, buscaban responder a esos múltiples desafíos. La estrategia requería sumar actores e instituciones, respetando los tiempos, lo que, a veces significa, desvíos o derivaciones, resguardando la esencia de la iniciativa. La decisión de la IAP como marco metodológico fue una definición que entendíamos aportaba a dar respuesta a la iniciativa.

En el transcurso de las acciones de revalorización hubo algunas situaciones que podemos señalar como indicadores de complejidad de la propuesta: situaciones que afirman los presupuestos, otras que contradicen los postulados iniciales y finalmente, imprevistos o impensados que implican replanteos, todo ello aportando al aprendizaje particular y colectivo. La gran repercusión mediática en medios regionales y alguno con presencia nacional es una muestra que era un tema vacante; no sólo fueron medios gráficos ya que otros soportes como la radio o la televisión, o la circulación por medios electrónicos, también se hicieron eco de la propuesta. La repercusión entre los consumidores –expresado por ejemplo en la asistencia a las fiestas- también refleja la trascendencia del tema. Desde el punto de vista académico, una diversidad importante de artículos, presentaciones en congresos y jornadas, trabajos finales de carrera y tesis o libros y capítulos de libros que recogen directa o indirectamente la experiencia también marcan la trascendencia de la iniciativa. Uno podría decir que, hacia afuera del proyecto, las acciones indicaban que una interesante repercusión estaba teniendo lugar.

En sentido contrario, el número de productores activando la producción de tomate platense da la pauta del alcance que tuvo entre las familias productoras. El relativo interés de los productores, cuyo número no varió significativamente a lo largo de estos años, a la vez de haberse modificado el perfil de los mismo –el productor tradicional, ‘constructor’ del tomate platense cedió el espacio a un productor con menos recursos (Garat, 2012), aquel que ocupaba una posición subalterna cuando el tomate platense dominaba la producción en

fresco-, señala ese límite. El mismo nunca superó los 15 o 20 productores, limitándose el número de miembros del Grupo de Productores de Tomate Platense a lo sumo a 8 productores, todos trabajando pequeñas parcelas de cultivo (con un promedio de 3.000 plantas por productor –algo así como ¼ de hectárea, en la campaña 2011-2012). Esta situación generó que el volumen ofrecido campaña tras campaña fue limitado y que, en diversas ocasiones, ante tanta difusión mediática, los consumidores se sorprendieran porque no podían hacerse del producto.

Entonces, ¿éxito o fracaso? Sería una mirada maniquea para valorar la transformación de un *commodity* que alcanza a toda intervención y podría determinar con un aprobado o aplazado el resultado final. Para tomar distancia de esa mirada, recurrimos a aquellos supuestos que se plantearon originalmente, y revisemos qué podemos decir hoy de los mismos:

- Las semillas locales son apropiables por la agricultura familiar.
- Los consumidores están ávidos de consumo de hortalizas locales, con sabor, típicas.
- El modelo de producción hortícola hegemónico no resuelve la situación de la producción familiar.
- Existe un buen número de antecedentes europeos alrededor de la valorización de producciones agroalimentarias locales que promueven acciones de desarrollo; entonces ante una situación similar, se puede replicar la experiencia en nuestras latitudes.

Estos supuestos parten de una mirada de la producción familiar, de los productos locales y de los nuevos tiempos que entendemos están determinando nuevas pautas de consumo. Y responden a cierta visión clásica que domina buena parte de las propuestas de desarrollo. Por ejemplo, decir que “*las semillas locales*—entendidas como variedades botánicas, de fácil reproducción y selección por parte de los productores y sin costo alguno- *son apropiables por la agricultura familiar*” es un supuesto basado en cierta representación de la agricultura familiar, que entiende que la misma busca evitar el riesgo de involucrarse con tecnologías ajenas a su ‘cultura’ -“más vale malo conocido que bueno por conocer”- y a su vez, costosas. Los resultados de la propuesta nos permiten cuestionar al menos ligeramente ese supuesto; quizás habría que revisar esta mirada, pensando que, en cierto sentido, lo ajeno es aquello que se dio por superado.

Por su parte, “*los consumidores están ávidos de consumo de hortalizas locales, con sabor, típicas*” queda bien reflejado en la repercusión entre los consumidores asistiendo a los encuentros (fiestas, degustaciones, reuniones), respondiendo encuestas e involucrándose en distintas actividades de la propuesta. Los consumidores han traccionado a lo largo de este tiempo las acciones.

La referencia a que “*el modelo de producción hortícola hegemónico no resuelve la situación de la producción familiar*” hoy es al menos discutible, quizás porque no es absoluto, quizás porque es el conocido y el que la lo largo de la historia se ha ido imponiendo. Es probable que hace 80 años haya sido ‘ese modelo’ que le dio lugar al tomate platense. También es cierto que por la dependencia de insumos y tecnologías capital intensivo es un modelo que deja afuera a productores que no pueden optimizar producción y comercialización.

Por último, *“existe un buen número de antecedentes europeos alrededor de la valorización de producciones agroalimentarias locales que promueven acciones de desarrollo; entonces ante una situación similar, se puede replicar la experiencia en nuestras latitudes”* resulta cierto, como es el caso del programa LEADER, que trabaja en Europa promoviendo el desarrollo de zonas desfavorecidas y que en muchos casos alienta la recuperación o revalorización de productos de la tierra. Si tenemos en cuenta el involucramiento de los consumidores en esta experiencia, podríamos decir que es un supuesto válido; de todas maneras las experiencias no se replican, implican acuerdos, negociaciones y fundamentalmente una mirada común del territorio y del producto o de los productos.

En la última etapa del proyecto, la caracterizamos como de amesetamiento, que no significa el final pero que hoy marca un límite. Probablemente porque no se logró superar las expectativas que venían generándose campaña tras campaña. Producto de una estrategia repetida –pero que respondía a las necesidades tanto de público como de productores consustanciados con la propuesta-, del cansancio de los protagonistas y del universo limitado que acompaña a este tipo de proposiciones, la novedad dejó de ser novedad.

Asimismo, el proyecto ha sido un reto para una institución universitaria, con más tradición en docencia e investigación que en extensión. Entendemos que la posibilidad que se abre desde estas instituciones de anticiparse y/o de impulsar acciones que suponen una alternativa a las tendencias actuales es una oportunidad y un desafío, más aún si se quiere acompañar la intervención con el involucramiento de los destinatarios. Desde ese lugar es posible incidir en cierta dinámica territorial, aunque conscientes de que esa misma interacción implica la puesta en común –o no- con otros actores, con mayor o menor capacidad de asignar recursos, incidir en las decisiones y/o apropiarse de la propuesta.

Las acciones, las repercusiones, los que se sumaron y los que abandonaron, las réplicas y aquello que trascendió al proyecto puede dar una respuesta. En el artículo *“¿Desde dónde intervenimos cuando intervenimos? El caso del “proyecto Tomate Platense”* (Garat, 2012) buscamos algunas respuestas que nos permitan revisar y reflexionar sobre esta experiencia en particular. Veíamos que la iniciativa surge de una necesidad *“...no -explícitamente-sentida por la población destinataria”*. No fueron los productores quienes se acercaron a la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales buscando alternativas a su situación productiva. Fue fundamentalmente producto del asumir determinados supuestos y del relevamiento de experiencias desarrolladas en otros territorios; si se quiere, como decíamos anteriormente, fue una relectura de nuestro territorio.

Respecto de la intervención propiamente dicha, nos preguntábamos por el sentido de la misma en términos de poder comprender todo este trabajo que buscó iniciar un proceso de desarrollo a partir la decisión de docentes-extensionistas. El proyecto se inicia con criterios técnicos, establecidos en gabinete, pero actúa con otros criterios: involucra a la población objetivo de acuerdo con una metodología inclusiva, actuando el equipo de la facultad como mediador o articulador de las actividades. Esto permitió reformulaciones, adecuar los tiempos y poner en común información y decisiones. En definitiva, la complejidad a la que hacemos referencia en varias instancias se refleja en una dinámica abierta, con resultados siempre parciales que definen el curso a seguir, procurando respetar la finalidad definida hace ya muchos años.

En este trabajo de investigación hemos diseccionado el proyecto para ver y comprender más cabalmente cada una de sus partes o, mejor dicho, las partes que entendemos componen al tomate platense.

Pero finalmente algo sucedió, y es que el tomate platense es hoy, en la región, un producto diferenciado.



BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. "Principales Variedades de Tomate y su Aplicación". (1944) Revista La Chacra. Año XIV N° 161. Pp. 10-14- 76. Buenos Aires.
- Aguirre, P. (2004) "Ricos flacos y Pobres Gordos" Buenos Aires. Ed. Capital Intelectual. Disponible en:<https://studylib.es/doc/4438577/ricos-flacos-y-gordos-pobres.-la-alimentacion-en>
- Aguirre, P. (2008) "El carácter social de la alimentación" en Elementos de Antropología Alimentaria (Capítulo 1). Apuntes del Seminario de Antropología Alimentaria. UNSM. Buenos Aires.
- Aguirre, P. (2016) "Alimentación humana: el estudio científico de lo obvio" en Salud Colectiva. Vol 12 N°4. UNLa. <http://revistas.unla.edu.ar/saludcolectiva/issue/view/114>
- Almanaque del Ministerio de Agricultura de Nación (1939)
- Ander Egg, E. (2003). "Repensando la Investigación Acción Participativa". Buenos Aires, Argentina. Ed. Lumen.
- Anónimo (1944) "Principales variedades de Tomate y su Aplicación". Revista La Chacra. Año XIV N° 161. Buenos Aires.
- Anthopoulou, T. (2013). "Los conceptos de "local" y "tradicional" en las percepciones y prácticas de mujeres rurales artesanas en torno a la elaboración de alimentos. Un caso de estudio en Grecia" en Revista de la Facultad de Agronomía Vol 112 (SIAL). Pp. 1-10. La Plata.
- Araghi, F.; Mc. Michael, P. (2006) "Regresando a lo histórico-mundial: una crítica del retroceso posmoderno en los estudios agrarios" en Revista ALASRU N° 3. Pp. 1-47.
- Archenti, A. (2000) "El espacio social de la horticultura platense: migración y trabajo, en Espacio tecnológico, población y reproducción social en el sector hortícola de La Plata". Serie Estudios-Investigaciones N° 39. FaHyCE. UNLP. La Plata. Pp. 57-66.
- Archenti, A., Ringuelet, R. y Salva, M. (1993) "Los procesos de diferenciación de los productores hortícolas de La Plata" en Revista Etnia N° 38/39.. p 57-82. Olavarría.
- Barruti, S. (2013) Malcomidos. 464 p. Buenos Aires.
- Barsky, O. (1900) Políticas Agrarias en América Latina. Ed. Imago Mundi-Grupo Esquel. 133 p. Buenos Aires.
- Becattini, G. (2002) "Del Distrito Industrial marshaliano a la "teoría del distrito" contemporánea. Una breve reconstrucción crítica" en Investigaciones Regionales.
- Benencia, R. (1997) Área Hortícola Bonaerense. Cambios en la producción y su incidencia en los sectores sociales. Editorial La Colmena. 265 p. Buenos Aires
- Blogspot Agrupación Tolosa. <http://htolosa.blogspot.com/2008/09/historia-de-tolosa-la-plata-mgica.html> Visitado 24/06/17.
- Boisier, S. Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando? <http://www.cedet.edu.ar/Archivos/Bibliotecas/boisier.pdf>
- Boucher, F. (2012) "Reflexiones entorno al enfoque SIAL: evolución y avances de la agroindustria rural (AIR) hasta los Sistemas Agrarios Localizados" en Sistemas Agroalimentarios Localizados. Identidad territorial, construcción de capital Social e instituciones. UNAM. México.
- Bozzano, H. (2000) Territorios reales, territorios pensados, territorios posibles. Espacio Editorial. 263 p. Buenos Aires.

- Buela, E. (2003) “El caso del tomate platense: la comercialización y el consumo” en *Sistemas Agroalimentarios Localizados: procesos de innovación y valorización de recursos locales*. INTA-INRA-FCAyF/UNLP. Buenos Aires.
- Bueno Ambrosini, L.; Filippi, E. (2010) “De la era del desarrollo a los nuevos paradigmas del desarrollo rural: sistemas productivos localizados bajo la perspectiva de la economía sustantiva” en *Territorios Rurales. Pobreza, acción colectiva y multifuncionalidad*. Universidad Nacional Autónoma de México. Pp. 347-381. México.
- Buttel, F. (1992) “Ideología y Tecnología Agronómica a finales del S XX: la biotecnología como símbolo y como sustancia” en *Agricultura y Sociedad* N° 64. Pp 21-52.
- Cabrera, A. (1971) “Fitogeografía de la República Argentina” en *Boletín de la Sociedad Argentina de Botánica* 14:1-42.
- Caracciolo, M.; Neiman, G. (1979) *Evaluación socio-económica de las explotaciones agropecuarias constituidas en la provincia de Buenos Aires en el período abril 1976 a diciembre 1977*. SEAyG. Buenos Aires.
- Castronovo, A. (1951). “Los tomates cultivados alrededor de Buenos Aires” en *Revista IDIA*. N° 37-38-39. Pp. 2-5. Buenos Aires.
- Cavia, A. (1967) *Cultivo de Tomate en Huertas de la Región Platense*. Eds. INTA. 16 p. Buenos Aires.
- Censo de la República Argentina. Año 1872.
- Censo General de la Provincia de Buenos Aires. Año 1881.
- Reseña Estadística y Descriptiva de La Plata. Año 1885
- Catálogo General de Mensuras de la Provincia de Buenos Aires. Año 1915.
- Censo Hortícola 1998. Provincia de Buenos Aires. Año 1998.
- Champredonde, M.; Muchnik J. (2010) *¿Se hace humo el territorio del asado? : un enfoque constructivista de la calidad de los alimentos*. 116° Seminario EAAE Dinámicas espaciales sistemas agroalimentarios: implicancias para la sustentabilidad y bienestar del consumidor. Parma.
- Cisneros, A. “El Tomate. Consejos útiles sobre su cultivo, tratamiento contra enfermedades y cosecha”. *Anuario Rural*. Provincia de Buenos Aires. P 197-201.
- Correa Gómez, C.; Boucher, F.; Requier-Dejardins, R. (2006) “¿Cómo activar los Sistemas Agroalimentarios en América Latina? Un análisis comparativo” en *Revista Agroalimentaria* N° 22 <http://www.saber.ula.ve/handle/123456789/17911>
- Czajkowski, J., Rosenfeld, E. (1992) *Regionalización bioclimática de la provincia de Buenos Aires*. Actas de la 15° Reunión de Trabajo de ASADES (Asociación Argentina de Energía Solar). San Fernando del Valle de Catamarca.
- de Paula, A. (1987) *La ciudad de La Plata. Sus tierras y su arquitectura*. Banco Provincia de Buenos Aires. 423 p. Buenos Aires.
- de Prado Pardo, J. (1950). “Tomate: variedades comerciales” en *Revista Mundo Agrario*. Pp. 14. Buenos Aires.
- Díaz Del Cañizo, M.; Guzmán Casado, G.; Soriano Niebla, J.; Alvarez Febles, N. (1998) *Recuperación de variedades tradicionales locales de cultivos y del conocimiento a ellas asociado, para su conservación, uso y manejo en las comarcas de Antequera (Málaga) y Estepa (Sevilla)*. Actas del III Congreso de la Sociedad Española de Agricultura Ecológica. Valencia.
- Díaz, B. (1982) *La Plata. Una obra de arte. 1882-1982*. Gobierno de la Provincia de Buenos Aires/Universidad de La Plata-Municipalidad de La Plata. 443p. La Plata.

- Domecq, M. (2004) Crónicas y Retratos del Mercado. Historia del Mercado Regional La Plata. La Comuna Ediciones. 130 p. La Plata.
- Espeixt Bernat, E. (1996) “Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra” en Agricultura y Sociedad N° 80-81 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=83021>
- Espinosa-Ayala, E.; Arriaga-Jordán, C.; Boucher, F.; Espinoza-Ortega, A. (2013) “Generación de Valor en un Sistema Agroalimentario Localizado (SIAL): productor de quesos tradicionales en el centro de México”, en Revista de la Facultad de Agronomía. Vol 112 (SIAL). Pp. 36-44. La Plata.
- Esquinas-Alcázar J.; Nuez F. (1995) Situación taxonómica, domesticación y difusión del tomate, en El cultivo del tomate. Nuez F. Ed. Mundi- Prensa. Madrid. Pp. 11-42.
- Esteva, G. (2000), “Desarrollo” en Viola, Andreu (comp.) Antropología del desarrollo. Teorías y estudios etnográficos en América Latina. Editorial Paidós Studio. Barcelona
- Extazarreta. M. (2006). La Agricultura española en la era de la globalización. MAPA Serie Estudios. 742 p. Madrid.
- Fals Borda, O. (1991). Acción y conocimiento: como romper el monopolio con investigación - acción participativa. CINEP. 232 p. Bogotá
- Folquer, F. (1979). El Tomate. Estudio de la planta y su producción comercial. Ed. Hemisferio Sur. 105 p. Buenos Aires.
- Garat, J., Raimundi, J., Ventura, M., Isla, T. (2012). “Los productores de productos típicos ¿son o se hacen?” XVI Jornadas Nacionales de Extensión Rural. Concordia.
- Garat, J.; Ahumada, A.; Otero, J. (2011). “Las Hortalizas Típicas del Cinturón Verde de La Plata”. Fac. de Cs. Agrarias y Forestales-UNLP. 72p. La Plata.
- Garat, J.; Ahumada, A.; Otero, J.; Terminiello, L.; Bello, G.; Ciampagna, M. “Las hortalizas típicas locales en el cinturón verde de La Plata: su localización, preservación y valorización” Revista ASAHO Vol 28 N° 66. <http://www.horticulturaar.com.ar/publicaciones-9.htm>
- Garat, J.; Otero, J. (2012). ¿Desde dónde intervenimos cuando intervenimos? El caso del “proyecto Tomate Platense”. Revista Mundo Agrario. Vol 12 N° 24.
- Garat, J.; Selis, D. y Velarde, I. (1999) “La ocupación y transformación del espacio rural en el partido de La Plata”. Actas de las III Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales, Facultad de Ciencias Económicas UBA, Buenos Aires.
- García, M. (2009) “Reestructuraciones en la Horticultura del AMBA: tiempos de boliviano”. IV Congreso Argentino y Latinoamericano de Antropología Rural. Mar del Plata
- Giberti, H. (1986) Historia económica de la ganadería argentina. Ediciones Solar. 281 p. Buenos Aires.
- Goldfarb, L. (2001) “La construcción social del gusto. La noción de calidad y la reestructuración de la vitivinicultura mendocina” en II Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales, Facultad de Ciencias Económicas, UBA, Buenos Aires.
- Gras, C.; Hernández, V. (2013) El agro como negocio. Ed. Biblos Sociedad. 365 p. Buenos Aires.
- Gutman, P., Gutman, G., Dacal, G. (1987) El campo en la ciudad. La producción agrícola en Buenos Aires. 157 p .CEUR.
- Heddel, L; López, E; González, C. (1984) “Del tomatl a la manzana del amor. Pequeña historia del tomate” en Revista Horticultura N°13. Pp 25-30.

- Hervieu, B. (1996) Los campos del futuro. MAPA. 195 p. Madrid.
- Josafad, S.; Mendoza, M.; Borrego, F. (1998) Evaluación de Tomate (*Lycopersicon esculentum* Mill) en invernaderos. Criterios fenológicos y fisiológicos, en *Agronomía Mesoamericana*. Pp. 59-65. México
- Lemmi, S. (2011). “Las clases sociales en la horticultura platense: Ejercicio de teorización, historización y análisis empírico” en *Mundo Agrario*, 12(23). Recuperado a partir de <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/v12n23a16>
- Long, N. (1996) “Globalización y localización: retos para la investigación rural, en La sociedad rural mexicana frente al nuevo milenio” Vol I. La inserción de la agricultura mexicana en la economía mundial. México.
- López Lara, A. (2009) Comportamiento de 4 heteroinjertos (HIB) de tomate (*Lycopersicon esculentum* Mill) frente a la enfermedad de la gota producida por *Phytophthora infestans* De Bary. Tesis de grado. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.
- López, E; Muchnik, J. (1997) *Petites entreprises en grandes enjeux: le développement agro-alimentaire local*. L'Harmattan. Paris.
- Molina, L. (1995) “Revisión de algunas tendencias del pensamiento agroalimentario (1945-1994)” en *Revista Agroalimentaria* N° 1. CIAAL. Universidad de los Andes. Mérida.
- Morosi, J.; de Terán, F. (1981) La Plata, espacio urbano singular, en *Ciudad y Territorio*. *Revista de Ciencia Urbana*. N° 3 Pp. 7-40 La Plata.
- Muchnik, J. (2012) “Sistemas Agroalimentarios localizados: desarrollo conceptual y diversidad de situaciones”, en *Sistemas Agroalimentarios Localizados. Identidad territorial, construcción de capital Social e instituciones*. UNAM. México.
- Muchnik, J.; Sautier, D. (1998) *Systèmes agro-alimentaire localisés et construction de territoires*. 46 p. ATP CIRAD.
- Nogar, G. (2013) Análisis de estrategias territoriales complementarias a partir de los enfoques teóricos, en *Revista de la Facultad de Agronomía* Vol 112 (SIAL). Pp. 82-92. La Plata.
- Nuez Viñals, F. (1995). *El Cultivo del Tomate*. Editorial Mundi Prensa. 793 p. Madrid.
- Obschatko, E. (1988) “Las etapas de cambio tecnológico” en *La Agricultura Pampeana. Transformaciones Productivas y Sociales*. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.
- Park, P. (1992). “Qué es la investigación-acción participativa. Perspectivas teóricas y metodológicas” en *La investigación-Acción Participativa. Inicios y desarrollos*. Ed Humanitas. Pp 135-174. Buenos Aires.
- Piovano, A. (1953) “Variedades Argentinas de Tomate” en *Revista La Chacra*. Año XXIII N° 267. Pp. 42-43. Buenos Aires
- Preston, P. (1999) *Una introducción a la teoría del desarrollo*. S XXI Editores. 434 p. México
- Reig Martínez, E. (2002). La multifuncionalidad del mundo rural. ICE, *Revista De Economía*, 1(803). Recuperado a partir de <http://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/422>
- Ringuelet, R. (2000) “El sector hortícola de La Plata en proceso de transformación” en *Espacio tecnológico, población y reproducción social en el sector hortícola de La Plata*. Serie Estudios-Investigaciones N° 39. FaHyCE. UNLP. La Plata.
- Rivero, V.; Sillón, L. (1951). “Observaciones sobre el comportamiento del tomate platense’ cultivado en la huerta de la Facultad”. Biblioteca Facultad de Agronomía, Universidad Nacional de La Plata. La Plata.

- Rodríguez Borray, G. (2004). Los sistemas agroalimentarios locales y su multifuncionalidad, en *Territorios y Sistemas Agroalimentarios Locales*. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá.
- Rodríguez, J.; Frutos, E. (1974) “Comparación de distintos tipos de poda en tomate tutorado” en *Revista IDIA*. Pp. 7-15. Buenos Aires.
- Roggers, E (1983) *Diffusion of innovations*. Free Press. 453 p. Nueva York.
- Rostow, W. (1959). *The Stages of Economic Growth*. *The Economic History Review*, 12(1), new series, 1-16. doi:10.2307/2591077
- Santos, M. (1996) *Metamorfosis del espacio habitado*. Ed. Oikos-Tau. 118 p. Barcelona.
- Scasso, J.; Millán, A. (c 1930) *Ensayo de la clasificación de variedades de tomate experimentadas por la Agronomía Regional de Morón*. Dirección General de Enseñanza y Fomento Agrícola. Buenos Aires.
- Selis, D.; Albarracín, R.; Velarde, I. (1989) “Estudio del Proceso de Difusión y Adopción de híbridos de tomate (*Lycopersicon esculentum* Mill) en Arana, La Plata, Argentina”. Inédito. La Plata.
- Stake, R. (1999). *Investigación con estudios de caso*. 159 p. Ed. Morata. Madrid.
- Teubal, M (1999) *Complejos y sistemas agroalimentarios: aspectos teórico-metodológico, en Estudios Rurales. Teorías, problemas y estrategias metodológicas*. Norma Giarraca (Coord.). Editorial La Colmena. Buenos Aires.
- Teubal, M; Rodríguez, J. (2001) *Agro y alimentos en la globalización*. Editorial La Colmena. 208 p. Buenos Aires.
- Torres Salcido, G., Sanz Cañada, J.; Muchnik, J. (2010) “Territorios, Desarrollo Rural y Capital Social. Claves e interrogantes sobre los Sistemas Agroalimentarios Localizados” en *Territorios Rurales. Pobreza, acción colectiva y multifuncionalidad*. Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Tort, M. y Román, M. (2005) “Explotaciones familiares: diversidad de conceptos y criterios operativos”, en *Productores Familiares Pampeanos: hacia la comprensión de similitudes y diferenciaciones zonales*. Editorial Astralib. Pp. 35-65. Buenos Aires
- Vallejo Cabrera, F. (1999) *Mejoramiento genético y producción de tomate en Colombia*. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá-
- Velarde, I.; Muchnik, J.; Cittadini, R. (2013) “¡Al Gran Pueblo Argentino Salud! El retorno del vino de la costa en Berisso” en *Revista de la Facultad de Agronomía Vol 112 (SIAL)*. Pp. 45-61. La Plata.
- Ventura, M.; Garat, J. (2014) “Consumo de productos típicos ¿Quién/es definen la calidad?”. XVII Jornadas Nacionales de Extensión Rural. Rosario.
- Vergani Gualazzi, R. (2002). “*Lycopersicum esculentum*: una breve historia del tomate” en *Revista Horticultura N° 158*. Pp. 18-26. Madrid.
- Viglizzo, E., Pordomingo, A., Castro, M., Lértora, F. (2002) *La sustentabilidad del agro pampeano. The environmental sustainability of agriculture in the Argentine pampas*. Buenos Aires. INTA. 84 p. Buenos Aires.
- Waisman, M. (2011). “Superando dualismos: trayectorias socio-productivas en el abordaje de las transformaciones en la estructura social hortícola platense” en *Mundo Agrario*, 12(23). Recuperado a partir de <https://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/v12n23a15>