

GRAMÁTICAS CULINARIAS Y PRÁCTICAS DE AUTOCUIDADO EN CONSUMIDORES AGROECOLÓGICOS DEL AMBA Y LA PLATA EN RELACIÓN AL ASPO

CERQUEIRA, Florencia; DE LA CRUZ, Aylene; GARCÍA, Romina; OJEDA, Camila;
MANCINELLI, Gloria.

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Médicas, Escuela de
Nutrición, Buenos Aires, Argentina.

RESUMEN

Introducción: Durante la última década la producción y consumo de alimentos agroecológicos se incrementó. Su incorporación supone que las personas inicien una serie de adaptaciones en sus cocinas relacionadas con conocimientos adquiridos: en formas de preparación, los gustos y aspectos afectivos.

Estas adaptaciones están influenciadas por distintos factores externos, vinculados con aspectos económicos-políticos y factores internos.

Objetivo general: Relacionar y analizar el consumo de productos agroecológicos y las gramáticas culinarias con el cuidado y autoatención de la salud durante la pandemia del COVID-19 en consumidores del AMBA y La Plata.

Materiales y Métodos: Estudio cualitativo de diseño descriptivo, transversal y observacional. Se realizó una búsqueda bibliográfica para comprender el recorrido histórico. Para la producción de información primaria se utilizó la observación participante, encuestas autoadministradas (n=408) y entrevistas en profundidad (n=12). El análisis fue realizado mediante un enfoque cualitativo tomando conceptos de distintos campos de la antropología.

Resultados: Pudimos observar cambios en las gramáticas culinarias de los consumidores, tanto en la incorporación de nuevos alimentos como en la forma en que estos se almacenan, se preparan y se cocinan. Además, se estableció vínculo entre el cuidado de la salud y esta forma de alimentación, ya que es considerada más saludable al no estar presente el uso de agroquímicos.

Conclusión: El consumo de alimentos agroecológicos está instalándose en nuestra sociedad. Debido a esto empiezan a estudiarse cuáles son los cambios y las adaptaciones que se producen en las prácticas culinarias y en los hábitos de la población que los elige.

Palabras claves: Agroecología. Consumidores. Gramáticas culinarias.
Cuidado de la salud.

ABSTRACT

Introduction: Over the past decade, the production and consumption of agroecological food increased. Its integration entails that people begin to make a variety of adjustments in their kitchens. These adjustments are influenced by different external factors, connected with economic and political aspects, and

with internal factors related with the acquired knowledge on cooking methods, taste and affective aspects.

Objective: To relate and analyze the consumption of agroecological products and culinary grammars with self and health care of consumers in AMBA and La Plata during the COVID-19 pandemic.

Materials and Methods: Descriptive, cross-sectional and observational designed qualitative study. We carried out a bibliographic research in order to understand the historical journey. For the production of primary information participant observation was applied, along with self-administered surveys (n=408) and in-depth interviews (n=12). The analysis was carried out through a qualitative approach including concepts from the different fields of anthropology.

Results: We were able to observe changes in the culinary grammars of consumers, not only in the incorporation of new food, but also in the way that these are stored, prepared and cooked. Furthermore, a link between healthcare and this diet was established, as it is considered to be healthier due to the fact that agrochemicals are not present.

Conclusion: The consumption of agroecological food is taking roots in our society. For this reason, the types of changes and adjustments that take place in culinary practices and in the habits of the population that choose them are beginning to be studied.

Key words: Agroecology. Consumers. Culinary grammar. Health care.

I. INTRODUCCIÓN

La agroecología es definida hoy como una transdisciplina fundada en un nuevo enfoque que surge principalmente como reacción crítica ante al modelo de producción industrial de alimentos —dominante— que afecta la salud y el bienestar de los pueblos.

La agroecología reúne, sintetiza, integra y aplica saberes, prácticas y conocimientos de diversos sistemas socioculturales y campos científicos. Entre ellos la agronomía, la ecología, la sociología, la etnobotánica, y otras ciencias afines como así también y muy especialmente integra conocimientos, saberes y prácticas provenientes de pueblos campesinos e indígenas. Este campo sostiene una óptica holística y sistémica y un fuerte componente ético, para generar conocimientos y validar y aplicar estrategias adecuadas que permitan diseñar, manejar y evaluar agroecosistemas sustentables .¹

El surgimiento de la agroecología debe comprenderse en el marco de un proceso histórico en el cual la economía agro mundial se ha visto profundamente afectada por las relaciones de poder internacionales conformando de esta manera la organización del trabajo dentro de la cadena del sistema productivo. De este modo se encuentra dentro de un contexto político socioeconómico y cultural que ha ido delimitando distintos periodos de regímenes alimentarios.

El modelo agroindustrial de alimentos emerge a partir de la Revolución industrial en la cual se pasa de una economía rural basada fundamentalmente en la agricultura y comercio, a una economía industrial y mecanizada Los cambios

tecnológicos que ocurrieron debido a la industrialización hicieron que lentamente los agricultores dependieran cada vez más de los mercados para abastecerse de insumos productivos. Se dieron las condiciones para el surgimiento y crecimiento de una agricultura intensiva donde el recurso humano campesino costaba cada vez menos, lo que provocó la expulsión de los campesinos a la ciudad o a zonas nuevas de producción agroexportadora ².

Luego en el año 1960 comenzó la denominada “Revolución Verde” en Estados Unidos que posteriormente se extendió hacia otros países. Consistió en la adopción de prácticas y tecnologías, entre ellas, la siembra de variedades de cereales (como trigo, maíz y arroz principalmente, que son más resistentes a climas extremos y a las plagas), nuevos métodos de cultivos como la mecanización, uso de fertilizantes, plaguicidas y riego por irrigación. Este periodo se caracterizó por la artificialización de los alimentos y la suma de la tecnología, basada en la utilización del petróleo como insumo principal, para ampliar la oferta de alimentos básicos.

En este contexto donde el alimento pasa a ser industrializado ya no "es bueno para comer, sino bueno para vender...", se logra que los productos puedan ser conservados por mayor tiempo y así ser transportados recorriendo largas distancias y comercializados a distintos mercados.

Este nuevo régimen mercantil industrial fue propagado en América Latina con el fin de impulsar la introducción de cultivos mecanizados (dependientes de insumos para su producción), a través de empresas internacionales

agroexportadoras. Esto produjo la reducción de la participación de los pequeños productores agrícolas³.

El sistema agroalimentario hegemónico actual está marcado por la liberación de los mercados y el debilitamiento de los marcos regulatorios nacionales donde las grandes corporaciones son los actores principales de dicho modelo. Está basado en un modelo de producción que utiliza la agricultura convencional intensiva del suelo, la aplicación de un paquete biotecnológico que implica manipulación de ADN para crear semillas genéticamente modificadas resistentes a herbicidas y plagas. Se basa en monocultivos (cómo la soja) que requieren una alta demanda de agroquímicos y fertilizantes para lograr un producto uniforme y adecuado, produciendo un gran deterioro en el medioambiente.

Esta agricultura hegemónica está orientada a producir commodities que deja fuera del mercado al pequeño agricultor, ya que no puede competir con los bajos precios de las grandes corporaciones, privilegiando rendimiento y comercialización antes que calidad⁴.

En esta tesina buscamos conocer las características sociodemográficas de los consumidores agroecológicos, los motivos de elección de este tipo de alimentos y cómo es su consumo dentro de las gramáticas culinarias de cada hogar.

También buscamos identificar si hubo cambios en el acceso durante la pandemia de COVID-19, así como también establecer un vínculo entre el cuidado de la salud y el consumo de alimentos sin agroquímicos.

Justificación:

El 20 de marzo de 2020 fue decretado el aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO). Esta medida fue adoptada para frenar la propagación del virus SARS-COV-19, en este contexto nos surge la necesidad de estudiar los efectos de la pandemia y el ASPO sobre el consumo de alimentos agroecológicos, la comensalidad y el cuidado y autoatención.

Diversos factores contribuyen a que en los últimos años los productos agroecológicos se conviertan en una alternativa de consumo.

En primer lugar, debemos señalar que las estrategias de comercialización desarrolladas por el propio movimiento han ampliado y mejorado sus posibilidades de acceso. En segundo lugar, se puede mencionar aspectos vinculados con la atención y el cuidado de la salud. Los productos agroecológicos se consideran alimentos libres de agroquímicos tóxicos que perjudican la salud.

La incorporación de alimentos agroecológicos supone una serie de adaptaciones en las cocinas de aquellas personas, familias y/o unidades domésticas. La necesidad de estas adaptaciones se debe principalmente a que la oferta de productos responde a una lógica estacional. Además, se relaciona con la modalidad de compra por bolsones. Esto conlleva una serie de condicionantes e implica adaptaciones en las formas de cocción, almacenamiento y conservación de los alimentos.

Objetivos:

Objetivo general

- Relacionar el consumo de productos agroecológicos y las gramáticas culinarias con el cuidado y autoatención de la salud durante la pandemia del COVID-19 en consumidores del AMBA y La Plata.

Objetivos específicos

1. Caracterizar a la población en estudio según indicadores sociodemográficos
2. Describir el proceso de acceso, elaboración y consumo de productos agroecológicos en la población en estudio
3. Comprender las elecciones y motivaciones que orientan a los consumidores a la compra y consumo de alimentos agroecológicos.
4. Analizar posibles cambios que realizan las personas entrevistadas en las formas de elaboración de las comidas a partir del consumo de alimentos agroecológicos.
5. Analizar la posible incorporación de nuevas gramáticas culinarias.
6. Reconocer y describir prácticas de autocuidado y autoatención de la salud que sostiene la población en estudio en vinculación con el consumo de productos agroecológicos.
7. Identificar si el consumo comenzó antes o durante la pandemia de COVID-19 (marzo 2020)

II. MATERIALES O PROCEDIMIENTOS

Realizamos un estudio cualitativo de diseño descriptivo, transversal y observacional. Empleamos un abordaje interdisciplinario tomando como referencia trabajos producidos desde el campo de las ciencias agrarias y la antropología. Los métodos de producción de información y el análisis de esta (fuentes primarias) han sido producidas desde un enfoque cualitativo.

Las principales herramientas utilizadas para la producción de información fueron:

- i) Observación participante.
- ii) Encuestas participativas y descriptivas.
- iii) Entrevistas en profundidad (antropológica).

Para el procesamiento de la información y el análisis de los datos se emplearon fuentes secundarias:

- i) Estudios del campo de las ciencias sociales y humanas que refieren a temáticas de alimentación con enfoque sociocultural, demográfico, económico y político (Autores: Mintz, Fischler, Gracia-Arnaiz, Menéndez, Comas d'Argemir)
- ii) Se utilizaron estudios provenientes de las ciencias agrarias que refieren específicamente a la agroecología y describen y analizan procesos de producción de alimentos en el presente (Altieri, Vía Campesina, INTA).

Realizamos una revisión bibliográfica de fuentes secundarias de información (páginas de internet de organizaciones agroecológicas, libros, artículos de revistas científicas virtuales, leyes). A partir de ella elaboramos una reseña histórica mundial del sistema agroalimentario, enfocándonos en los conceptos de Revolución Verde y modelo agroalimentario hegemónico. Luego profundizamos en el surgimiento y la expansión de la agroecología en Argentina, así como en los actores involucrados en la misma.

Las categorías analíticas que sirvieron para el análisis y procesamiento de datos fueron las siguientes:

- Sidney Mintz: enfoque del proceso histórico y construcción de significados y conceptos de poder.
- Claude Fischler: principio de incorporación y gramáticas culinarias.
- Eduardo Menéndez: conceptos de autocuidado y autoatención. - Comas d'Argemir y Mabel Gracia Arnaiz: tareas de cuidado y trabajo doméstico.

Estas categorías fueron herramientas teóricas que orientaron en la definición del problema de estudio, los métodos de producción y análisis de los datos.

Posteriormente, entre el 19 de junio y el 2 de julio de 2021 realizamos observaciones participantes [ANEXO 1] en mercados y nodos de comercialización de productos agroecológicos: Kolmena Oeste (Zona Oeste), Mercado de Ramos Generales de la UTT (Avellaneda y La Plata) y Nodo "Los irrompibles Comuna 10" de Más cerca Más justo (Monte Castro, CABA). Indagamos sobre las características de los establecimientos (espacio físico, días y horarios de atención, cantidad de trabajadores, métodos de compra y/o

retiro de productos comercializados) y características de la población compradora (sexo, rangos de edad, forma de compra, alimentos comprados).

La observación participante es una técnica que permite conocer las prácticas sociales, es decir el conjunto de acciones producidas por agentes sociales concretos en situaciones significativas para ellos, que a su vez posibilita la reconstrucción de procesos socioculturales. Es la técnica más apropiada para producir datos consistentes acerca de “el hacer” que los agentes sociales despliegan en los “escenarios naturales” donde acontecen los hechos y se logran observar las situaciones ordinarias que no son objeto de atención o de reflexión por parte de los mismos agentes. Facilita la aproximación a los sujetos y a información que, de otra manera, serían menos accesibles. Puede utilizarse cuando no se conocen las dimensiones de un fenómeno sociocultural o cuando se busca identificar el problema de investigación ⁵, por estas razones es que se decidió iniciar el proceso de producción de información a través del uso de esta herramienta.

Una vez caracterizados los puntos de compra, realizamos una encuesta autoadministrada a través de la plataforma Google Forms cuyos criterios de inclusión fueron: i) Personas mayores de 18 años, sin distinción de género; ii) Que residan en el AMBA o en la ciudad de La Plata; iii) Que consuman o hayan consumido alguna vez productos agroecológicos [ANEXO 2].

La encuesta fue difundida a través de redes sociales como Facebook, Instagram y WhatsApp, contamos con la colaboración para su difusión de los nodos a los cuales nos habíamos contactado y de la Cátedra Libre de Soberanía Alimentaria de la UBA. La encuesta fue respondida por 441 personas

y la muestra quedó conformada por 408 participantes, de los cuales representaban el 84,6% el género femenino, el 13,5% el género masculino y el 2% género otro.

En cuanto a la caracterización del consumo para la encuesta nos enfocamos en relevar información sociodemográfica de las personas encuestadas (edad, género, conformación del grupo familiar, localidad en la que vive) y características del consumo. De esta manera procuramos conocer: i) Quién o quienes compran, la cantidad y frecuencia de la compra y el tipo de productos que adquieren; ii) Cómo se organizan con los tiempos para las compras y las preparaciones; iii) El tiempo que llevan comprando estos productos; iv) Los motivos de consumo, cambios en la forma de almacenamiento y/o procesamiento, percepción con respecto a los beneficios asociados o relación con la salud.

Al final de la encuesta, extendimos una invitación a participar en una entrevista de manera voluntaria y anónima.

La encuesta se puede definir como una técnica de producción de datos que, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados, permite indagar sobre múltiples temas de los individuos o grupos estudiados: hechos, actitudes, creencias, opiniones, pautas de consumo, hábitos, prejuicios predominantes e intenciones de voto. Es uno de los caminos posibles para obtener información acerca de un tema o pregunta problema de investigación específico ⁶. El tipo de encuesta autoadministrada y difundida a través de redes sociales pudo permitir una mayor difusión en el contexto actual.

A partir de los resultados de las encuestas seleccionamos a 15 personas para realizar entrevistas en profundidad. Esta selección siguió el siguiente criterio de inclusión: i) Se buscó mantener la proporción de encuestados según género; ii) se buscó mantener la proporción de encuestados según momento de inicio de consumo de alimentos agroecológicos (antes - después de la pandemia).

Los criterios de exclusión fueron: i) Aquellas personas que vivían solas; ii) aquellas que tenían huertas y no realizaban compras agroecológicas; iii) aquellas que habían respondido “No” a la pregunta N.º 14 de la encuesta (cuando comenzaste a consumir productos agroecológicos, ¿cambiaste las formas de almacenamiento y preparación de los alimentos?).

Las entrevistas se pensaron de acuerdo con la siguiente distribución:

Tabla N° 1: Distribución proporcional para la realización de entrevistas según género y tiempo de consumo de alimentos agroecológicos.

Género	N° de consumidores durante la pandemia covid-19	N° de consumidores previo a la pandemia covid-19	Totales
Femenino	3	5	8
Masculino	2	3	5
“Otros”	1	1	2
Totales	6	9	15

Fuente: Elaboración propia.

Debido a la falta de respuesta de algunos de los participantes, la submuestra finalmente quedó conformada por 12 participantes, 9 mujeres (3 que iniciaron el consumo durante la pandemia) y 3 hombres (1 que inició el consumo durante la pandemia).

Para llevar a cabo la entrevista, realizamos una guía de preguntas con distintos ejes temáticos [ANEXO 3]. Estos fueron:

- Comienzo del consumo de productos agroecológicos
- Motivaciones de compra
- Gramáticas culinarias
- Autoatención-autocuidado

Las entrevistas se realizaron de forma virtual, vía la plataforma ZOOM durante el período del 20 de septiembre al 2 de octubre de 2021. Las mismas fueron grabadas, luego de que los participantes dieran su consentimiento, para su posterior análisis.

La entrevista es una de las técnicas más apropiadas para acceder al universo de significaciones de los actores. En cuanto a la referencia a acciones, pasadas o presentes, de sí o de terceros, que no hayan sido atestiguadas por el investigador, puede alcanzarse a través de la entrevista. Además, es una instancia de observación; al material discursivo debe agregarse la información acerca del contexto del entrevistado, sus características físicas y su conducta.

La entrevista antropológica es sumamente adecuada para abrir la mirada y los sentidos del entrevistador y profundizar el proceso de diferenciación entre lo que procede del informante y lo que procede de las inferencias del investigador

7.

III. ABORDAJE TEÓRICO

En este apartado ampliamos y desarrollamos el marco teórico que orientó la investigación y el análisis de la información producida desde diversas disciplinas y campos de la antropología social y cultural.

Podemos comenzar describiendo el concepto de **soberanía alimentaria**. Este fue acuñado desde múltiples espacios académicos y políticos. Surge en 1996 durante la Cumbre Mundial sobre Alimentación propuesta por organizaciones campesinas (Vía Campesina) y se define como el derecho de cada pueblo a poder decidir sobre sus propias políticas y estrategias de producción, distribución y consumo de alimentos, al fin de garantizar una alimentación cultural y nutricional apropiada y suficiente para toda la población. A partir del 2002 vía campesina añadió: “es el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas sustentables de producción, transformación, comercialización distribución y consumo de alimentos garantizando el derecho a la alimentación de toda la población.” (Vía Campesina 1996. 2002)

En dicha Cumbre se señaló el peligro de considerar los alimentos como mercancía, además de la producción de alimentos transgénicos y la exposición a los agrotóxicos que genera el modelo de producción actual, donde se hallan resabios de estas sustancias en los alimentos de consumo habitual, como son los alimentos industrializados. En reemplazo de ese modelo de producción se busca favorecer y estimular la producción de los agricultores familiares, poblaciones originarias y campesinas. Por eso se plantea a la **agroecología** dentro de la soberanía como una alternativa frente al modelo actual que

promueve la agricultura local y la producción nacional de alimentos ⁸. Miguel Angel Altieri agrónomo y entomólogo, define la **agroecología** como "una disciplina que provee los principios ecológicos básicos para estudiar, diseñar y manejar agroecosistemas que sean productivos y conservadores del recurso natural y que también sean culturalmente sensibles, socialmente justos y económicamente viables" ⁹.

Se fundamenta en el desarrollo de agroecosistemas con una mínima dependencia de agroquímicos e insumos de energía. Busca crear sistemas agroalimentarios que tengan como principio la sustentabilidad de la producción y comercialización en conjunto con movimientos sociales que poseen autonomía equidad y valoración de la diversidad natural y biocultural ¹⁰.

Cuando nos referimos a la comida y a la alimentación, según lo planteado por Sidney Mintz, - antropólogo estadounidense conocido por el estudio de la antropología alimentaria- en su libro "Sabor a comida, sabor a libertad" menciona que el uso y aplicación del poder intervienen frecuentemente en los cambios de hábitos de consumo de alimentos de una sociedad. Donde se origina ese poder, cómo se aplica, con qué fines y de qué forma la gente se relaciona con él, son factores que intervienen cuando cambian los hábitos alimentarios.

Mintz desde un enfoque histórico, describe la construcción de significados sobre los alimentos en relación con el poder imperante. Define los significados interno y externo, los cuales fueron tomados para el análisis de nuestro trabajo.

El **significado interno** refiere a las condiciones de consumo de la vida diaria, está relacionado con lo que representan los alimentos para quienes los consumen. Surgen cuando están produciéndose los cambios vinculados con el significado externo. Por otro lado, considera al **significado externo** como las condiciones del entorno económico social y político. Son la significación social más amplia de los cambios acarreados por instituciones y grupos, cuyo alcance y poder trasciende tanto a los individuos como a comunidades locales. Esos grandes cambios fijan los límites exteriores para determinar: horarios de labor, lugar de trabajo, horarios de las comidas, poder adquisitivo, cuidado de los niños, espacios de ocio y la organización del tiempo.

En consecuencia, los individuos incorporan comportamientos recién adquiridos volviendo familiar lo extraño ¹¹.

Cada cultura posee una cocina específica, que implica un conjunto complejo de reglas, posee además significaciones que están en dependencia con la manera en que se aplican las reglas culinarias. El enfoque histórico de Mintz para dar cuenta de sus significados nos permite abordar el proceso que siguió la agroecología, y comprender significados externos e internos que se moldean dentro de este proceso en relación con la producción y consumo de este tipo de alimentos.

También desde el campo de la antropología, Claude Fischler -sociólogo francés- en su libro *el h(omnívoro)* define a la **cocina** como un conjunto de ingredientes y técnicas utilizadas en la preparación de la comida. Pero se puede entender “cocina” en un sentido diferente, más amplio a las representaciones, creencias y prácticas que están asociadas a ella y que comparten los individuos o un grupo dentro de una cultura. En el interior de esa cultura, las cocinas

familiares se configuran dentro de las experiencias alimentarias, nutricionales y colectivas vividas. “Llegamos a ser lo que comemos”, como dice Fischler, cuando menciona el **principio de incorporación** del alimento: al ingresar el alimento a nuestro cuerpo, estamos incorporando una forma identidad que a su vez es colectiva, manifestando el componente sociocultural de la alimentación¹². Este enfoque que propone Fischler para pensar la alimentación, nos permite en el marco de nuestra investigación, analizar al hecho alimentario no solo desde su aspecto biológico sino como el resultado de factores sociales, económicos y culturales. No se considera solamente como un acto individual, sino colectivo que da sentido de pertenencia y de identidad. En relación con esto, otro concepto del mismo autor, el concepto de culinarias nos permite ampliar y profundizar en el análisis identificando adaptaciones y cambios que los actores entrevistados generan a partir de la compra, preparación y consumo de alimentos agroecológicos. Las **gramáticas culinarias** estructuran nuestra cocina a través de los horarios, número de comidas, asociación de alimentos, preferencias, valores simbólicos y tradiciones familiares, modos de preparar/servir/distribuir y compartir la comida, los tiempos y los espacios. No solo involucran la preparación y combinación de alimentos cómo procesos mecánicos físicos y químicos de transformación de la materia orgánica en platos de comida sino también cómo el marco normativo y de sentido de las prácticas de cocina y de comer.

Las partes que componen las gramáticas culinarias son el menú, el cocinero, el comensal y la situación de compartir con otros. Estas le van dando forma, función y significado a la comida.

Entonces, tres son los elementos principales que componen una gramática culinaria. En primer lugar, tenemos el fondo de cocción. En segundo lugar, tenemos el fondo de especias. Por último, tenemos a la comensalidad.

El **fondo de cocción** se refiere a los alimentos que son considerados comida (que cada cultura lo define distinto) y establece cuáles son los procedimientos necesarios para procesar sus alimentos, las formas de cortarlos, de combinarlos y de cocerlos.

El **fondo de especias** se refiere a los condimentos y saborizantes que se deben utilizar. También aquí se pondera su combinación y se establecen preferencias que condicionan los sabores. Este gusto de fondo representa el sabor típico de la cocina.

La **comensalidad** se refiere a los participantes de la comida. No todas las comidas admiten la misma cantidad o calidad de invitados. Son las reglas de comensalidad las que definen, quién debe sentarse a la mesa, en qué circunstancia y qué debe servirse de acuerdo con la situación particular. La comensalidad define también la frecuencia de comidas por día y el orden en que se servirán los diferentes platos.

Todas estas reglas de gramática culinaria son internalizadas por los individuos como parte de su proceso de socialización ¹³.

Otros autores referenciales del campo de la antropología social, como Jesús Contreras y Mabel Gracia Arnaiz (2005), plantean que la comida y las bebidas comunican historias de vida compartidas en una familia, además de cumplir la función de nutrir, emocionar y crear lazos de familia que identifica al grupo y le da sentido de aceptación y pertenencia. De esta forma, el acto de comer refleja

lo que somos, ya que surgen manifestaciones identitarias de carácter cultural. Como proponen ambos autores la alimentación no está impuesta solo por hábitos alimentarios sino también por saberes culturales que tienen un significado específico en el interior de cada sociedad. Es decir, la alimentación está determinada no solamente por componentes biológicos, psicológicos y sociales sino también por la cultura, la cual tiene un rol central en las prácticas alimentarias ¹⁴.

A su vez las preferencias alimentarias establecidas suelen ser sumamente resistentes al cambio mientras que otras cambian rápida y fácilmente. Incorporar nuevos alimentos a la dieta es mucho más frecuente que abandonar los viejos y familiares ¹¹.

Según lo referido por Mabel Gracia Arnaiz, en las últimas décadas, la imagen de la familia reunida alrededor de la mesa se sustituyó o se alternó con una comensalidad con: colegas, compañeros de trabajo, de escuela.

Junto a la industrialización del sistema alimentario, el proceso de urbanización, la progresiva introducción de la tecnología ha venido a definir las prácticas alimentarias contemporáneas incluyendo nuevos equipamientos domésticos culinarios también llamados electrodomésticos y los denominados **alimentos servicios**. Estos últimos son productos alimentarios rápidos y fáciles de preparar que ofrecen un servicio, ya que ahorran tiempo y trabajo, por lo que se compran no solo para evitar el trabajo culinario sino también porque se optimiza el tiempo y el esfuerzo necesario para realizar otros trabajos. En este contexto, la incorporación de la tecnología aligera la carga doméstica. Aunque los avances en la cocina simplifican las tareas, no las anulan, ya que la mujer

nunca abandona la cocina. Estos alimentos procesados pueden ahorrar tiempo o tareas pesadas, pero también se debe tener más información sobre ellos en relación con su forma de preparación y paradójicamente se desvaloriza así esta práctica.

La organización del tiempo termina marcando la vida diaria, afectando los hábitos alimentarios, e incide en la reestructuración de las prácticas culinarias que no son necesariamente más saludables.

Los horarios dedicados a la alimentación, para pensar en la comida, comprarla o cocinar, compiten con otras tareas. Las horas dedicadas a la compra y preparación de la comida han disminuido y hoy se concentran en la compra, la adquisición de alimentos- servicios y se simplifica la comida.

A pesar de estas innovaciones en los ingredientes y utensilios, no se alivia la sobrecarga del trabajo de la mujer, ya que, si bien estas innovaciones aligeran las tareas alimentarias, siguen siendo las mujeres las encargadas de la alimentación doméstica (planificación de compras adquisición, almacenamiento de alimentos, preparación de comida, servicio de mesa y limpieza de utensilios).

Las mujeres poseen conocimientos y habilidades culinarias. La falta de tiempo en el hogar para dedicarse a la compra y elaboración de comidas junto con la introducción de nuevas tecnologías domésticas pueden explicar los contenidos y prácticas alimentarias actuales. Estos cambios llevaron a la proliferación industrial de comidas rápidas y cómodas o convenientes, se recurren a los alimentos de fácil preparación que ahorren tiempo y trabajo.

Estas prácticas se ven influenciadas por los cambios sociales económicos y políticos. Así es como el aumento de la presencia de la mujer en el mercado

laboral ha sido uno de los cambios más importantes y ha visualizado un conjunto de actividades y saberes conocidos como trabajo doméstico y **tareas de cuidado** en las sociedades industrializadas.

Dichas actividades se dan en los escenarios físicos y simbólicos del hogar o ámbito doméstico y de la familia, y cumple con el objetivo de facilitar la disponibilidad laboral del hombre y el bienestar cotidiano de los miembros de la familia. Estas tareas incluyen: compra, limpieza, cocina, atención y cuidado de los pequeños y personas dependientes. Dentro de estos saberes y habilidades vinculados al trabajo doméstico y cuidado se encuentra la alimentación. Lo cual ha permitido reconocer el aporte de las mujeres al trabajo y a la vida cotidiana, como también dan cuenta de las diferencias en relación con los hombres tanto en el mercado laboral como en la vida cotidiana. La ausencia en el hogar de la mujer se relaciona con cambios en la alimentación cotidiana justificando el empeoramiento de los hábitos alimentarios, la desestructuración de la alimentación familiar y la pérdida de conocimientos y habilidades culinarias ¹⁵.

Dolor Comas d' Argemir -desde el campo de la antropología económica- sostiene que a la familia como construcción ideológica se le asigna responsabilidad de los cuidados de sus miembros. El cuidado en el seno familiar está impregnado de cuestiones de afecto y obligación moral como un atributo de altruismo y amor en la fila. Pero los cuidados también tienen una dimensión social que requiere el apoyo del Estado a través de políticas públicas, las pocas que existen también se asientan en la concepción ideológica que otorga el papel de cuidadora a la mujer, impidiendo así una redistribución más equitativa y justa en el seno familiar.

Cuando nos referimos al reparto sexual del cuidado, implícitamente se le asigna el rol de cuidadora a la mujer. Por esta razón al incorporarse la mujer al mercado laboral se produciría una crisis en las tareas de cuidado y trabajos domésticos, incluyendo a la alimentación.

Los seres humanos necesitan cuidados en todas las etapas de la vida. El cuidado es un elemento esencial y universal en nuestras vidas, la percepción social y cultural del mismo se limita al ámbito familiar considerando a la mujer la responsable por su naturaleza biológica, moral y afectiva. El cuidado se basa en el amor (afectos) y en el deber (como obligación moral). En las sociedades actuales se establece una relación entre género y cuidado, desde la perspectiva de la sexualidad y del parentesco. La primera se vincula a lo biológico, es decir la capacidad de cuidado de la mujer fundada en el rol que tienen en la reproducción y las primeras etapas de la vida que las notas del instinto maternal de protección y cuidado. El parentesco es un sistema de significaciones culturales que vinculan las relaciones familiares con la obligación moral y afectiva. Por ende, esta relación entre género, sexualidad y parentesco que establecen las sociedades capitalistas contribuye a la distribución del trabajo entre hombres y mujeres, vincula el cuidado a la mujer en el ámbito de lo doméstico y privado y la producción de mercancía al hombre en el ámbito de lo público. Esta división de trabajo, basada en el género. De esta forma bajo el modo de producción capitalista la ideología del cuidado separa familia y trabajo. Las tareas de cuidado, es decir, el cuidado de la familia, asignadas a las mujeres, están en íntima relación con la salud, recayendo entonces la responsabilidad de decidir cuáles son las opciones más saludables para las

familias en ellas, no solo en referencia a la alimentación sino también con respecto a otras prácticas ¹⁶.

En nuestra investigación el concepto de cuidado es central. Este concepto nos permite relacionar los cambios y adaptaciones en las prácticas de compras, preparaciones y consumo vinculados a la atención de la salud. De esta manera, pudimos profundizar y ampliar la comprensión de los significados internos y externos que propone Mintz. Esta articulación se apoya en el concepto de salud que trabajamos.

Cuando hablamos de **salud** nos referimos al concepto como una construcción social dinámica abierta y en constante revisión, su definición abarca aspectos objetivos como la capacidad de funcionamiento, subjetivos como el bienestar físico, mental y social, y sociales como el trabajo productivo. Los enfoques sociales comprenden la atención de la salud, la enfermedad, la atención y el cuidado como un proceso que se construye colectivamente según lo menciona Menéndez.

La OMS define a la salud como "un estado de completo bienestar físico mental y social y no solamente como ausencia de enfermedad" (OMS, 2013). También reconocen que la atención biomédica y los sistemas curativos tradicionales coexisten en todas las regiones del mundo. Estos enfoques no limitan la responsabilidad de la atención y prevención de los padecimientos al sector de la salud. Por el contrario, reconoce la incidencia de muchos otros factores, sectores y actores sociales en la construcción de estos procesos (Menéndez, 2015; OMS, 2013) cuya composición se modifica según las especificidades de cada contexto social, histórico, económico, cultural y político (Mancinelli, 2021)

Los trabajos de Eduardo Menéndez, provenientes del campo de la antropología

médica permiten integrar a nuestro estudio el concepto de **autoatención**. En estos estudios el mencionado antropólogo señala que la autoatención constituye una de las entidades básicas del proceso salud-enfermedad-atención. Este concepto permite incluir elecciones alimentarias como prácticas que las personas utilizan para justificar, explicar, atender, controlar, aliviar, curar o prevenir los procesos que afectan su salud, sin la intervención directa de curadores profesionales. A través de estas prácticas los individuos evidencian su capacidad de acción, de creatividad, de poder encontrar soluciones y así validar sus propios saberes. El concepto de **autocuidado** forma parte del proceso de autoatención, ya que con autocuidado se hace referencia a aquellas acciones que los individuos realizan para prevenir el desarrollo de padecimientos y para favorecer ciertos aspectos de salud positiva. Este concepto tiene una mirada más individualista, mientras que la autoatención remarca el carácter grupal y social de prácticas de atención de la salud, enfermedad, los cuidados y los padecimientos ¹⁷.

Hipótesis

A partir de este marco teórico nuestra hipótesis central de trabajo sostiene en primer lugar que el consumo de alimentos agroecológicos adquiere significados vinculados al cuidado y la atención de la salud. En segundo lugar, considera que en el proceso de transición alimentaria hacia lo agroecológico, los consumidores deben modificar formas de adquirir, preparar y consumir alimentos. Por un lado, deben adaptarse al método de compra de bolsones dependientes de la estacionalidad. Por otro lado, implica ajustar las preparaciones tradicionales e incorporar nuevas gramáticas culinarias.

Consideraciones éticas.

El presente trabajo de investigación se rigió por las normativas éticas establecidas en la Ley de protección de los datos personales Nacional. Ley 25.326.

Los sujetos fueron seleccionados sin prejuicios personales o preferencias.

Dieron su consentimiento [ANEXO 4] antes de realizar las entrevistas para ser video grabadas.

Se respetó la privacidad de los participantes, manteniendo anónimas sus identidades.

Declaración de conflictos de intereses

Las autoras declaran no presentar conflicto de interés.

IV. DISCUSIÓN

En Argentina a partir de la década del 70 se inicia un proceso donde comenzó a modificarse la forma de producir alimentos, además de la oferta y la calidad de estos. Esto generó procesos de inmigración de fuerza de trabajo campesina hacia otros cordones de zonas urbanas. Con lo cual comenzaron a generarse proyectos de producción y de sindicalización por parte de los campesinos, formándose así los movimientos sociales. Además, se empezó a plantear un escenario de crisis alimentaria, donde comenzaba a cuestionarse la calidad de

los alimentos, haciendo visible las problemáticas de salud que producía el modelo agroalimentario. Esto llevó a que, por un lado, se formen nuevas estrategias de los pequeños productores campesinos para poder comercializar sus productos, impulsando la oferta a través de los bolsones con la idea ofrecer alimentos (algunos de estos siendo de carácter agroecológico) directamente del productor, llegando de esta manera, más rápido al consumidor. De esta manera el consumidor tiene la posibilidad de elegir tener una alimentación sana y segura, ya que se considera que los alimentos agroecológicos tienen otra calidad que está relacionada con la atención y el cuidado de la salud.

Reseña histórica en Argentina: contexto histórico que da emergencia a la agroecología.

En este apartado, de manera muy sintética, se describen los principales factores que dan lugar al desarrollo de la agroecología de la mano de los movimientos sociales. Estos surgen como respuestas a los procesos de expulsión territorial a partir de la década de los 70, momento en que se expande la llamada frontera agropecuaria, es decir la ampliación/expansión de la superficie territorial explotada por la agroindustria hasta ese momento. Dentro de este recorrido presentamos a los principales actores que conforman hoy a movimiento agroecológico y describimos algunas de las principales prácticas sobre las que se sostiene y reproduce como sujeto social dentro de la cadena de producción de alimentos.

Hasta la década de los años 70 en Argentina había grandes, pequeños y medianos productores y campesinos trabajando la tierra. En la región pampeana, donde en su mayoría eran grandes y medianos productores, se basaban en la rotación de cultivos y en él alternando entre agricultura y ganadería lo que mantenía la riqueza del suelo, pero no permitía el aumento en la producción agrícola.

En el resto del área rural, donde los cultivos eran destinados al mercado interno, estaban en constantes crisis debido a la sobreproducción y cambios en el consumo interno. Estos cultivos estaban en manos de pequeños productores sin capacidad de inversión y tecnificación.

Los campesinos e indígenas fueron excluidos del sistema de producción agrícola y subsistían a través de trabajos temporales estacionales en la producción comercial.

En la década del 70 con el venir de la Revolución Verde comenzó un proceso de concentración de la producción de la tierra por parte de los grandes productores y pérdida por parte de los medianos y pequeños.

Es en este momento que el paquete tecnológico ofrecido por la revolución verde cobra importancia. Se ofrecían agroquímicos como herbicidas y pesticidas, pero no fertilizantes, ya que creían que el suelo de la pampa era lo suficientemente fértil, también semillas modificadas y nueva maquinaria que en conjunto aumentaron exponencialmente la producción y rentabilidad ¹⁸. En cuanto a las semillas, en 1973 se legisló el uso y comercialización de semillas a través de la Ley 20.247 “Ley de semillas y creaciones fitogenéticas” ¹⁹ con lo cual el uso libre de semillas quedó restringido y las semillas pasaron a ser legalmente bienes comerciales.

Los grandes productores y medianos productores, apoyados por el gobierno nacional y el INTA comenzaron a plantar soja y trigo para tener más de una cosecha al año en la pampa húmeda, lo que impuso definitivamente el modelo sojero exportador del país.

En la década del 90, se empezó a implementar el método de labranza cero y siembra directa, método que solo es sostenible con el excesivo uso de agroquímicos. Es por esto por lo que era necesario el uso de semillas resistentes al glifosato y se aprobó en 1996 el uso de la soja RR²⁰ y el maíz Bt y posteriormente se aprobó el maíz RR. Para el año 1999 el 99 % de la soja plantada en argentina era la soja RR. El nuevo paquete tecnológico generó que productores y peones fueran reemplazados por maquinaria, dejándolos excluidos del mercado laboral y productivo.¹⁸

El 3 de agosto de 1990 se inició el proyecto de “Promoción de la autoproducción de alimentos (ProHuerta)”²¹. El programa ProHuerta se enmarca en el inicio de la crisis de 1989, que produjo un colapso en el abastecimiento alimentario para los sectores más vulnerables de la población.

Es una política pública desarrollada en conjunto por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, el Ministerio de agricultura, ganadería y pesca y el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) que promueve la seguridad y soberanía alimentaria, a través del apoyo a la producción agroecológica y el acceso a productos saludables para una alimentación adecuada tanto en zonas urbanas como rurales.

Está dirigido a familias y organizaciones de productores en situación de vulnerabilidad social. Es por eso por lo que se ideó un modelo de huerta agroecológica a costo cero y que a su vez mejora la calidad del suelo a medida que se rotan los cultivos.

Las estrategias de acción son integrales: abarcan desde la asistencia técnica y capacitación, entrega de insumos críticos –semillas, animales de granja, herramientas y materiales–, el financiamiento de proyectos, la formación y el fortalecimiento de red promotores y la comunicación acerca de temas estratégicos, con énfasis en perspectiva de género y enfoque intercultural. Las semillas utilizadas son variedades, seleccionadas por los campesinos hace cientos de años que son culturalmente apropiadas y no híbridos o transgénicos que no pueden multiplicarse y llevan a depender siempre de la compra de semillas a los semilleros ²².

Los principales actores del movimiento agroecológico son los campesinos, campesinas, pequeños y medianos productores, comunidades indígenas quienes ante el sistema de producción agrario hegemónico han sido despojados de sus tierras, de su herencia, de sus modos de producir originarios, y que sin poder competir con los grandes productores poseedores de capitales financieros se ven en una situación de vulnerabilidad. Todos ellos se han agrupado en organizaciones para luchar por sus derechos, por sus tierras y para producir soberanamente sus alimentos, de manera sustentable y agroecológica. Entre dichas organizaciones que forman parte de la producción de alimentos agroecológicos destacamos a:

La Vía Campesina ²³, como el primer movimiento campesino internacional. Surge en 1993 en Bélgica, en un contexto donde las políticas agrícolas y empresas eran cada vez más globalizadas, y los campesinos y pequeños agricultores necesitaban desarrollar una visión común y luchar para defender esa visión.

Entre quienes forman parte de dicho movimiento se incluyen millones de campesinos, pequeños y medianos agricultores, sin tierra, jóvenes y mujeres rurales, indígenas, migrantes y trabajadoras agrícolas de todo el mundo. Entre sus intereses más destacados, que a su vez forman parte de sus luchas se encuentran:

- Defensa de la agricultura campesina y la soberanía alimentaria como una forma de promover la justicia social y dignidad.
- La lucha por la tierra y la reforma agraria genuina asegurando que los derechos de uso y gestión de la tierra, territorios, aguas, semillas, ganado y la biodiversidad estén en las manos de aquellos que producen los alimentos y no de los grandes empresarios.
- Promueve la agroecología como sistema de producción de alimentos para comunidades e incluso alimentar al mundo de una manera sostenible y saludable. También, como forma de resistencia a un sistema económico basado en el lucro.
- Lucha contra las grandes corporaciones que se apropian del material genético de las semillas, e incentiva a agricultores a utilizar, desarrollar y reproducir las semillas campesinas y criollas.

- Luchan por defender los derechos de sus comunidades quienes siguen siendo criminalizadas y, a veces incluso asesinados, y cuyos derechos son violados por empresas transnacionales.
- Defensa de los derechos de las mujeres y la igualdad de género, así como la lucha contra todas las formas de violencia hacia las mujeres.

Unión de Trabajadores de la Tierra (UTT) ²⁴: Se definen a ellos mismos como: “una organización nacional de familias de pequeños productores y campesinas que se organizan, trabajan y luchan diariamente por construir otra realidad”. Está constituido por miles de familias, presente en 15 provincias de Argentina. Construyen sus propias líneas de trabajo de manera democrática y basados en la soberanía alimentaria. Se proponen el aumento de las hectáreas de producción agroecológica, la cual es más sana tanto para quienes la consumen como también para quienes la producen, oponiéndose así, a las explotaciones laborales y el uso de agrotóxicos por parte de las multinacionales.

Han construido canales directos de acceso a los alimentos agroecológicos a precios justos tanto para el consumidor como para el productor, entre ellos encontramos la venta de bolsones de verdura, los almacenes de Ramos Generales, las ferias y los feriazos masivos. También ha presentado un proyecto de Ley de acceso a la Tierra, para poder comprar la tierra donde trabajan y pagar un crédito blando como si fuese un alquiler.

La formación de las colonias agroecológicas ²⁵ en nuestro país fue una propuesta gestada en el 2012 por parte de la Unión de Trabajadoras y

Trabajadores de la Tierra (UTT). Este proyecto consiste en el otorgamiento de tierras municipales, provinciales o nacionales, que son propiedad del Estado, a familias productoras para que puedan trabajar allí produciendo alimentos para la población. La idea es que estos se comercialicen en las cercanías, evitando así los costos que se generan por los intermediarios que se traducen luego en aumentos de los precios en las góndolas.

Actualmente, hay varias colonias activas en el país, y si bien el núcleo más fuerte se encuentra en la provincia de Buenos Aires, la propuesta se está extendiendo a otras provincias.

El Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA): creado en el año 1956 y dependiente del Ministerio de Agroindustria. Contribuye al desarrollo sostenible del sector agropecuario, agroalimentario y agroindustrial a través de la investigación y la extensión. Impulsan la innovación y la transferencia de conocimiento ²⁶.

Hace más de 30 años creó junto con el Ministerio de Desarrollo Social el Programa Promoción de la Autoproducción de Alimentos (ProHuerta) en Argentina e impulsó la autoproducción de alimentos en huertas rurales y urbanas, con el objetivo de mejorar la seguridad y la soberanía alimentaria, en los sectores vulnerables de la población.

El INTA creó en 2005 el Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Agricultura Familiar (CIPAF), compuesto por cinco institutos ubicados en las cinco grandes regiones del país: Noroeste, Noreste, Cuyo, Pampeana y

Patagonia. Con el propósito de generar, rescatar, adaptar y validar tecnologías apropiadas para el desarrollo sustentable de la agricultura familiar ²⁷.

RENAMA ²⁸: es la Red Nacional de Municipios y Comunidades que Fomentan la Agroecología. Está conformada por agricultores/as, técnicos/as agropecuarios, municipios, entes gubernamentales, organismos académicos y científicos, y organizaciones de base, con el propósito de intercambiar experiencias y conocimientos para la transición hacia la agroecología del sistema agroalimentario.

MAELA, Movimiento Agroecológico de América Latina y el Caribe ²⁹: movimiento que surge en el año 1989, constituyéndose de manera formal en 1992, cuyo propósito es defender la agricultura campesina y familiar agroecológica de América. Está conformado por organizaciones campesinas, de pequeños y medianos productores familiares, comunidades indígenas, comunidades sin tierra, de mujeres y jóvenes rurales, de consumidores y organizaciones sociales.

En cuanto a la comercialización de productos agroecológicos, podemos establecer dos tipos de canales de comercialización:

i) Los canales cortos: en estos los productores venden directamente sus productos a los consumidores. Este intercambio se puede dar en ferias, en el mismo predio del productor o también a través de envíos a domicilio. Sus principales características son:

- Acercar el campo al consumidor disminuyendo así la figura del

intermediario

- Establecer un precio más justo tanto para el productor como para el consumidor ³⁰
- Fomentar principios como la autonomía, seguridad alimentaria, respeto por la cultura y producción local, cuidado y valoración del medio ambiente y sus trabajadores y valoración de hortalizas frescas y sin agrotóxicos ³¹.

La venta de productos agroecológicos tiene ciertas características como la dependencia de la estacionalidad, las frutas y las verduras están sujetas a la disponibilidad estacional donde el consumidor no puede disponer todo tipo de variedades en todo momento teniendo que comprender este aspecto.

Los bolsones de hortalizas agroecológicas poseen un peso establecido y tienen un costo previamente fijado mediante asambleas que toman en cuenta los costos de producción y no dependen de la oferta y demanda como sí sucede en el circuito tradicional de cadenas largas. De esta manera se logra brindar estabilidad en los precios ³⁰.

ii) Canales largos: los productores, en este caso, venden sus productos a un intermediario que luego los llevará al consumidor. Este intermediario puede ser un comerciante minorista, un productor con un puesto en un mercado agroecológico o bien puede ser el repartidor que hace ventas a domicilio.

La principal diferencia radica en que, en el canal corto, hay un contacto directo entre productor-consumidor, lo cual permite consolidar una alianza entre ambos y así valorizar los modos sustentables de producción de alimentos. Esta

relación se ha visto quebrada por la aparición de los canales de distribución y comercialización impuestos en el modelo agroalimentario tradicional.

Por otro lado, ese vínculo entre ambos puede dar como resultado un beneficio, ya que le permite al productor modificar su estrategia productiva, en cuanto a la variedad y a la cantidad, según la demanda de los consumidores.

Antecedentes

A continuación, se presentan estudios previos acerca del perfil de los consumidores de productos agroecológicos, sus motivaciones de compra, sus formas de acceso y abastecimiento como también la elección de compra de los productos agroecológicos desde el inicio del confinamiento hasta la actualidad.

Un estudio realizado por el INTA en el mes de abril del año 2020 acerca de la agricultura familiar en Argentina en tiempos de pandemia evidenció que durante el aislamiento social preventivo y obligatorio (ASPO), que comenzó el 20 de marzo de 2020, la agricultura familiar debió buscar distintas alternativas de venta debido a la restricción de circulación y cierre de ferias agroecológicas, que fueron categorizadas como espacios culturales y no alimentarios. En el caso de los agricultores que ya trabajaban con la modalidad de venta de reparto, durante el ASPO incrementaron el volumen de ventas en más del 50%. En el caso de aquellos que comercializaban en ferias, tuvieron que movilizarse junto a intermediarios solidarios, profesores universitarios y técnicos de instituciones públicas para comercializar bolsones en nodos comerciales o a domicilios particulares.

Aunque no existen estadísticas en relación con el volumen de ventas directas entre productores y consumidores, durante la pandemia se verificó un incremento importante de las mismas. En el AMBA, durante el ASPO, aumentó y se consolidó la modalidad de distribución de bolsones, donde participan organizaciones de productores, comercializadoras solidarias, nodos de distribución y consumidores. Estos canales cortos con su modalidad de entrega domiciliaria descomprimieron la demanda en los canales convencionales, ya que los consumidores veían la posibilidad de no salir de sus casas, adquirir hortalizas frescas agroecológicas y fomentar la compra local.

Algunos factores que aumentaron la compra y comercialización de bolsones fueron: la resignificación de la alimentación relacionada con la salud, el aumento del tiempo destinado a cocinar durante el confinamiento, la posibilidad de entregas a domicilio y comprar productos locales.

De acuerdo con un informe del INTA, existen problemas en la producción por falta de insumos y plantines y en la distribución por problemas en el traslado desde los puntos de producción hacia los intermediarios debido al alto costo de los fletes, de los envases retornables y del mantenimiento del personal ³¹.

Una nota periodística realizada por Sebastián Tamashiro, publicada el 17 de mayo de 2021 en la revista digital Sobre la Tierra, analiza el caso del “Bolsón Soberano” y el aumento de sus ventas durante la pandemia de COVID-19. El Bolsón Soberano es un proyecto que comercializa de forma alternativa bolsones de entre 5 y 7 kilos de verduras frescas producidas por familias agricultoras del AMBA que se encuentran en transición hacia la agroecología, frente a las restricciones de circulación decidieron cambiar sus formas de

entrega, antes se realizaban presencialmente en el predio de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires (FAUBA) quincenalmente y ahora se realizan entregas a domicilio semanalmente. Mencionan que este cambio en la comercialización dio como resultado un gran incremento de su actividad. En cuanto al aumento de las ventas durante este período, estiman que se duplicó y que se sumaron alrededor de 1000 personas nuevas al proyecto ³².

Por otra parte, los bolsones agroecológicos están formados por distintas variedades de hortalizas de estación, determinadas según la disponibilidad de cosecha. Por ello, si bien los consumidores pueden conocer cuáles son las hortalizas que tiene el bolsón y elegir comprarlo o no, no pueden modificar estas variedades en forma personalizada ³³. Debido a este motivo, surge el interés por investigar cómo se modifican las prácticas alimentarias de los consumidores. En caso de que estos cambios ocurran, como afectan en relación con los procesos de selección, elaboración y consumo de alimentos agroecológicos.

En cuanto a las motivaciones de elección de productos agroecológicos, en varios estudios ^{34,35, 36} se observó que uno de los principales motivos estuvo relacionado con la salud y el cuidado de esta, debido a que se considera que los alimentos libres de agroquímicos son más saludables. Además, no solo se hace referencia al cuidado propio, ya que, al brindarle estos alimentos a la familia, también se considera que es una forma de cuidar a los demás.

Según evidencia la Revista Nutrición Investiga en un estudio realizado durante 2020 en la región de CABA y GBA ³⁴, el perfil de los consumidores

agroecológicos se caracteriza por ser una población joven y adulta, predominantemente femenina (94%) que se encuentran motivados por razones de salud y apoyo a productores en 72% y 73%, respectivamente.

Los productos más consumidos son vegetales (90%) y frutas (80%) seguidos de miel (56 %) y yerba (51%).

V.RESULTADOS

Todas las personas encuestadas tienen acceso a aparatos de comunicación con acceso a red de internet. Las personas entrevistadas tienen acceso a agua potable, cocina a gas o eléctrica y poseen diversos utensilios de cocina en sus hogares.

IV. A) Resultados de las observaciones

Como primera etapa en el trabajo de campo, se realizaron las observaciones participantes en 2 almacenes y en 2 nodos cercanos a nuestros domicilios, el propósito era tener un primer acercamiento para obtener información sobre el tema de estudio. [ANEXO 1]

En todos los casos los alimentos ofrecidos eran: frutas, verduras, condimentos, productos de almacén y lácteos provenientes de cooperativas.

Las formas de compras consisten en pedidos con envíos o retiros en el local y compras directas en el establecimiento en el caso de los almacenes.

Con respecto a quien es la persona que realiza las compras, en 3 de los establecimientos refirieron que quienes concurren a comprar son en su mayoría personas del género femenino, y que las edades son variadas.

En cuanto a los cambios en la demanda de productos agroecológicos durante la pandemia de Covid-19, en 3 de los establecimientos aumentó el número de pedidos, sobre todo al principio con las restricciones, pero la demanda variaba mes a mes. A su vez, se observa que se realizan más pedidos en las primeras semanas del mes, nos refirieron que esto se debe al acceso económico en relación al momento del cobro del salario. Entre los motivos del aumento de pedidos, en uno de los establecimientos refirieron que se debía a la modalidad de toma de pedidos a través de las redes sociales y por el envío gratis.

En uno de los establecimientos refirieron que los pedidos disminuyeron al iniciar la pandemia.

En los 4 establecimientos coincidieron en que los alimentos agroecológicos de mayor demanda representaban las frutas y verduras, sobre todo en bolsones. En el almacén de Ramos Generales de la UTT refirieron que lo más vendido en el establecimiento eran las verduras de hoja.

Al indagar sobre si se producía o no un intercambio de saberes, se pudo dar cuenta de que la pandemia interfiere con el mismo, ya que los almacenes realizaban charlas y talleres sobre la agroecología con los productores y se invitaba a la comunidad. En los nodos se pudo observar conversaciones con

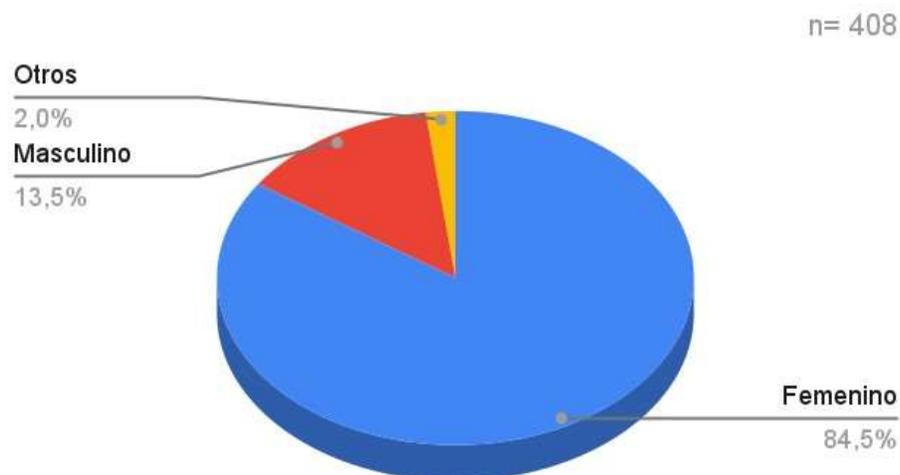
respecto a intercambio de recetas y/o conocimientos cuando las personas se extrañaban ante un alimento desconocido incluido en el bolsón.

IV. B) Resultados de las encuestas

Caracterización sociodemográfica:

El rango etario de la muestra fue de 18 a 79 años, cuya media es de 41 años, la moda de 29 años (21 individuos) y la mediana es de 38 años. En el siguiente Gráfico N° 1 se puede observar la distribución porcentual del género en la muestra.

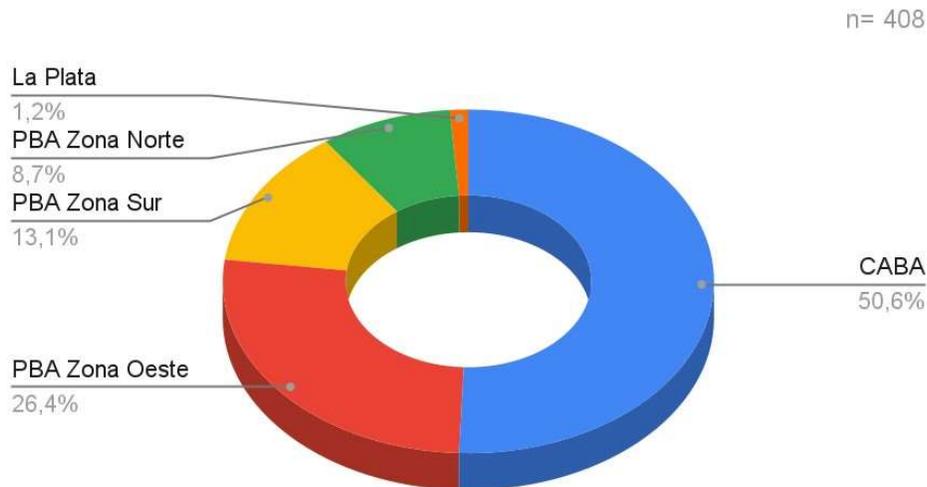
1. Gráfico N°1: Género



Fuente: elaboración propia

En el gráfico N°2 se evidencia la distribución geográfica de la muestra. 2.

Gráfico N° 2: Localidad donde viven los consumidores



Fuente: elaboración propia

Caracterización del consumo de productos agroecológicos

De los 408 participantes, 268 indicaron que ellos realizan las compras exclusivamente, y el resto indicaron que la realizan tanto ellos como también sus parejas y/o familiares. De los 268, la distribución porcentual en cuanto al género fue la siguiente:

Tabla N°2: Distribución porcentual según el género entre las personas que realizan las compras ellos mismos.

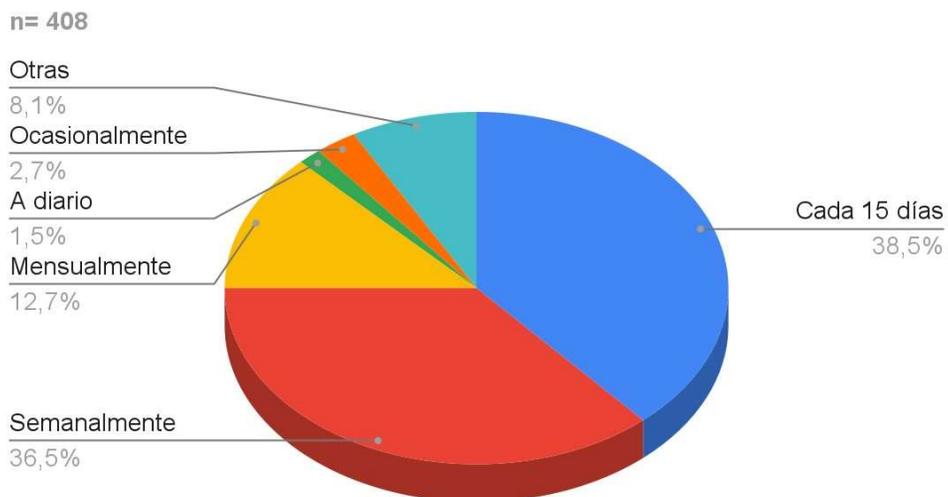
Género	Realizan ellos mismos las compras
Femenino	87,69%

Masculino	10,45%
Otro	1,86%
Total	100%

Fuente: elaboración propia

En el Gráfico N° 3 se observa cada cuanto tiempo se realizan las compras de los productos agroecológicos:

Gráfico N° 3: Frecuencia de compra de los productos agroecológicos



Dentro de la opción “otras” las personas respondieron las siguientes frases: “cuando podemos”, “esporádicamente según necesidad”, “por semana o quincena según con el dinero que cuente”, “no compro, tengo huertas

agroecológicas en casa”, “intento que mensualmente, pero a veces me queda más cómodo la verdulería”, “cuando se da la oportunidad de conseguirlos”.

Fuente: elaboración propia

Dentro de las formas de compra mencionadas por los consumidores, las principales se destacan en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 4: Formas de compra más frecuentes:



*Otras: visita a chacras, cosecha en huerta propia (8 personas), bolsón de cítricos, “refuerzos pesados”.

Fuente: elaboración propia

Organizaciones que venden productos agroecológicos en el AMBA y La

Plata:

Tabla N° 3: Organizaciones de venta de productos agroecológicos mencionadas distribuidos según zona.

Organizaciones que venden productos agroecológicos	CABA	Zona Oeste	Zona Sur	Zona Norte	La Plata
UTT	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
El Almacén de Pachapapa	Sí				
Más cerca es más justo	Sí	Sí	Sí	Sí	
Kolmena Oeste		Sí			
Mercado Bonpland	Sí				
Deli organic Berazategui	Sí		Sí		
Impacto agroecológico			Sí		
Iriarte Verde	Sí				

La justa (UNLP)					Sí
El Click bolsones	Sí	Sí	Sí	Sí	
Productores Hortícolas 1610			Sí		
Cooperativa Amaranto				Sí	Sí
Pueblo a Pueblo (Fauba)	Sí	Sí	Sí	Sí	
La comunidad del bienestar	Sí	Sí	Sí	Sí	
El Cajoncito	Sí			Sí	
Aluhe	Sí	Sí		Sí	
Alimentos cooperativos	Sí				
Changuito comunitario		Sí			
Caracoles y Hormigas				Sí	
Que comes cuando comes	Sí			Sí	
Almacenata	Sí				

Mercado transformador	Sí	Sí	Sí		
Almacoop	Sí				
Mercado territorial	Sí	Sí	Sí	Sí	

Fuente: *Elaboración propia.*

En cuanto a cómo conocieron el punto de venta, los consumidores mencionaron los siguientes medios:

Gráfico N°5: Forma en la que los consumidores conocieron los puntos de venta

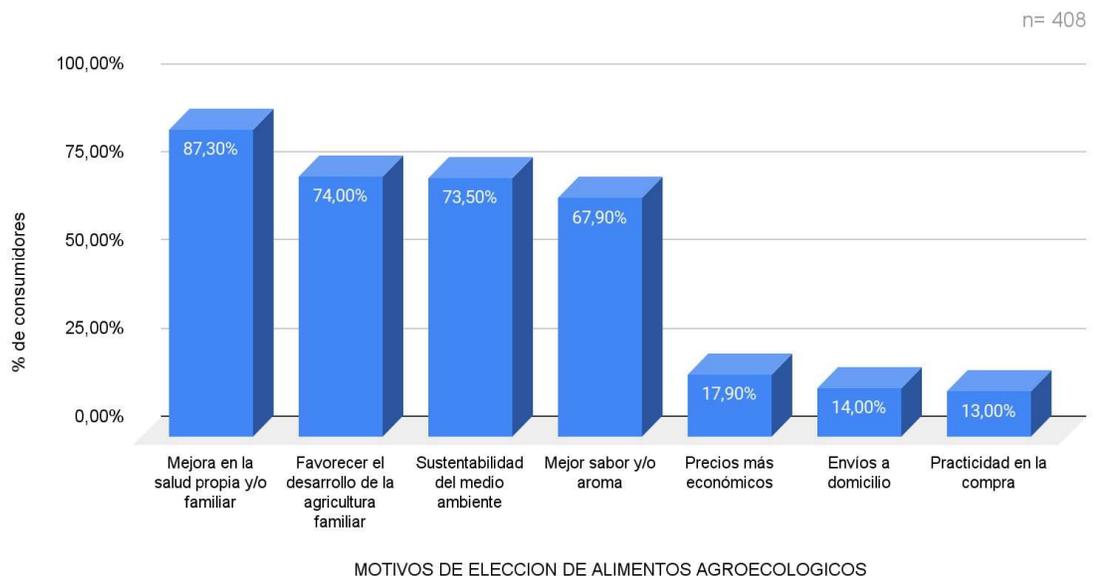


Fuente: *elaboración propia*

En relación con el momento de inicio de consumo de productos agroecológicos, el 70,8% refirió que fue previo a la pandemia COVID-19.

Los motivos por los cuales los encuestados comenzaron a consumir productos agroecológicos fueron los siguientes:

Gráfico N° 6: Motivos de elección de productos agroecológicos



Fuente: elaboración propia.

Los otros motivos que fueron mencionados se clasificaron de la siguiente forma según los diferentes ejes de estudio:

Relacionados con la calidad e inocuidad:

- “Porque son mejores que los obtenidos en los supermercados.”
- “Porque son libres de agroquímicos.”

- “Para variar el consumo de verduras.”
- “Para no contribuir a la contaminación de los cuerpos y suelos de la gente que vive cerca de los campos fumigados.”
- “No uso productos transgénicos y con demasiados químicos o procesados.”
- “También para formar parte de un cambio colectivo con el que nos sentimos identificados.”

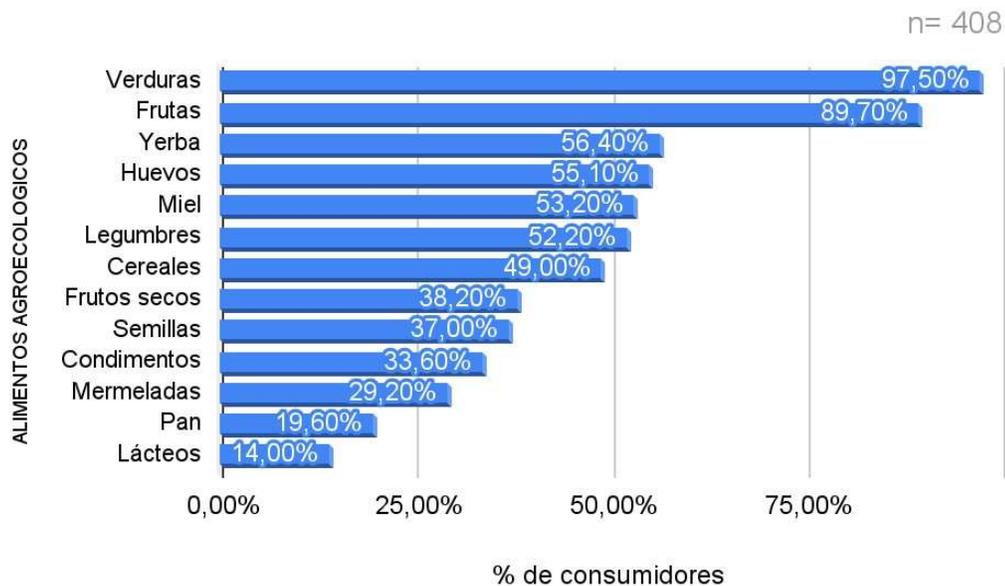
Relacionados con la producción y comercialización:

- “Para que aumente la demanda y así los precios bajen, pienso que mientras más seamos consumiendo agroecológico más accesible se va a volver para todos y no solo para una minoría burguesa.”
- “Por un comercio más justo.”
- “Porque entiendo que está hecho con trabajo digno.”
- “Economía sostenible.”
- “Es una forma de rebelión contra la producción actual.”
- “Porque generan circuitos de economía autosustentables.”
- “Para no contribuir con el agronegocio.”
- “Porque es una forma de comercialización sin intermediarios y es una forma de economía social.”

Cuando se preguntó acerca de las formas de almacenamiento y preparación de los alimentos, el 65% de los encuestados refirió cambios en las mismas.

Dentro de los alimentos agroecológicos más consumidos por los encuestados, se observó la siguiente distribución porcentual:

Gráfico N°7: Alimentos agroecológicos más consumidos

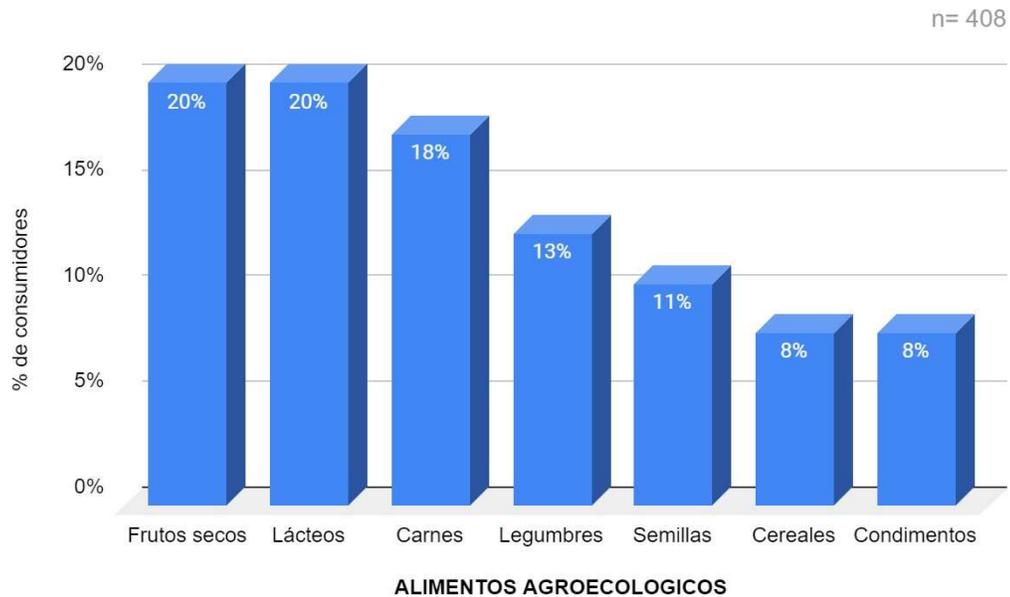


Otros mencionados: aceite, carnes, azúcar, aceitunas, hongos

Fuente: elaboración propia

En cuanto al acceso de los alimentos agroecológicos, el 77% refirió no tener dificultades para conseguir los mismos.

De los alimentos agroecológicos más difíciles de conseguir (85 respuestas) los mayormente nombrados fueron los frutos secos, lácteos y carnes.

Gráfico N° 8: Alimentos agroecológicos más difíciles de conseguir

Otros mencionados: huevos, hierbas, aceite, productos sin TACC, café.

Fuente: elaboración propia.

El 91,2% de los encuestados refirió que también consume alimentos no agroecológicos. Más del 50% mencionó lácteos, cereales, frutos secos, legumbres, condimentos y panes. Entre el 30-40% indicó huevos, frutas, semillas, verduras, yerba y mermeladas. En menor medida, fueron mencionados: miel, carnes, aceite, galletitas, snacks, bebidas y productos de pastelería.

El 98,8% de los encuestados, consideró que la alimentación es un factor influyente en la salud.

Por otra parte, indagamos acerca de los beneficios que consideran los encuestados en relación con el consumo de productos agroecológicos. La distribución porcentual fue la siguiente:

- Cuidado de los recursos naturales y biodiversidad (88,7%)
- Generación de puestos de trabajo de agricultura familiar (88,2%)
- Mejora en la salud propia y/o familiar (87,7%)
- Mejora en la calidad nutricional de los alimentos (86,5%)
- Reducción del impacto en el cambio climático (78,7%)

Problemas al momento de la compra referidos al acceso:

- Que sean más accesibles para todos (falta de oferta).
- Falta mucha más difusión de este estilo de consumo.
- No se venden cerca de casa y tengo que viajar para traerlos o encargarlos sin poder elegir.
- Hay que promocionarlos por todos lados y que lleguen a las verdulerías de todos los barrios para que estén bien al alcance de las personas que compran en los negocios de cercanía.

En referencia al acceso económico de los productos agroecológicos, realizamos un relevamiento de precios a través de redes sociales. Los precios de los bolsones referidos en las encuestas y entrevistas durante el año 2020 fueron los siguientes:

- Bolsones de 5 kg de verduras:
 - Más cerca es más justo: \$550
 - Kolmena oeste: \$430
 - Iriarte Verde: \$758

- Pueblo a pueblo: \$430

El precio promedio de los bolsones de 5 kg fue de \$542

- Bolsones de 7 u 8 kg de verduras:
 - UTT: \$550
 - Deli organic berazategui: \$650
 - Impacto agroecológico: \$650
 - La Justa: \$300
 - Productores hortícolas 1610: \$350
 - Cooperativa amaranto: \$340
 - Qué comes cuando comes: \$500
 - Mercado territorial: \$420
 - Almacén de Pachapapa: \$600

El precio promedio de los bolsones de 7 u 8 kg de verduras fue de \$485

- Bolsones de 7 u 8 kilos de frutas y verduras:
 - El click bolsones: \$800
 - La comunidad del bienestar: \$800
 - El cajoncito: \$750

El precio promedio de los bolsones mixtos, con frutas y verduras, fue de \$784

El salario mínimo, vital y móvil en octubre del año 2020 era de \$18.900. Considerando que el 36,5% de los encuestados realiza las compras semanalmente y que el 38,5% las realiza quincenalmente realizamos un cálculo aproximado de cuánto representaría la compra de 2 a 4 bolsones de entre 7 y 8 kilos mensualmente.

Adquirir 2 bolsones de verdura al mes representaba el 5,13% del salario mínimo vital y móvil de ese momento y 4 bolsones representaba el 10,26% del mismo.

Sin embargo, al momento de preguntar en la encuesta “¿Hay algo más que quisieras aportar en cuanto al consumo de productos agroecológicos?”, de las 167 personas que respondieron, 26 mencionaron los costos como un impedimento al momento del acceso:

- “Tendrían que haber políticas públicas para reducir su valor y que sean más accesibles”
- “Depende dónde se compre suele salir más caro que en una verdulería de barrio. Esto si solo nos fijamos en el precio porque en cuanto a sabor la diferencia es muchísima”
- “Últimamente me cuesta conseguirlos por una cuestión económica. Me sale mas caro q algo convencional y no puedo pagarlo”
- “Por temas económicos no puedo comer todo agroecológico pero me gustaría.”
- “A veces no es accesible por el tema económico”
- “Algunos siguen siendo muy caros respecto de los convencionales, lo que dificulta la compra habitual /frutos secos, algunos lácteos/”
- “A veces son un poco caros y más difíciles de conseguir, si no fuera por esos motivos consumiría TODO de origen agroecológico”

IV. C) Resultados de las entrevistas

La tercera etapa del trabajo de campo consistió en la selección de las personas a entrevistar teniendo en cuenta los criterios de inclusión. Inicialmente se contactaron 33 personas de las cuales respondieron 12 con las que finalmente se concretaron las entrevistas. Las mismas fueron realizadas a través de la plataforma Zoom y fueron grabadas para poder transcribirlas posteriormente.

Las entrevistas se analizaron teniendo en cuenta distintos ejes (Comienzo del consumo de productos agroecológicos, motivaciones de compra, gramáticas culinarias, autoatención-autocuidado) los cuales se pudieron correlacionar con distintos autores como Gracia Arnaiz, Claude Fishcler, Eduardo Menéndez, Sidney Mintz y Maria Dolors d' Argemir.

Enfocándonos en las tareas relacionadas con la cocina y como mencionan las autoras Mabel Gracia Arnaiz y María Dolors Comas d'Argemir, las mujeres han sido y siguen siendo las responsables de la alimentación cotidiana, cubriendo múltiples actividades como la producción, el aprovisionamiento, las compras, el almacenaje, la conservación, la preparación y la cocción. Esto lo vimos reflejados en varias entrevistas, podemos citar como ejemplo a Analía quien convive con su pareja e hijo de 3 años, es ella quien se encarga de realizar el pedido de las compras agroecológicas semanalmente y de realizar, junto a su hijo, las tareas de preparación, almacenamiento y conservación. Nos comentó cómo se organiza ante la llegada del bolsón agroecológico: "Llegan todos los viernes, así que a medida que llegan los lavamos, los preparamos, a veces

hacemos como una pre-preparación de algunas verduras, sobre todo de las que no duran mucho. Y en general, como compramos por semana, tratamos de consumir en la semana lo que compramos.”

Aquí se expone lo planteado por Gracia Arnaiz acerca de los requerimientos de saberes y habilidades específicas, como la gestión y la organización del grupo doméstico, que son necesarias para realizar las tareas de trabajo doméstico y los cuidados. La planificación estuvo muy presente en las y los consumidores, desde el hecho de pensar que menús hacer con los alimentos que les llegan en la semana, la disposición del espacio para almacenarlos y conservarlos, ya que llegan a través de los bolsones grandes cantidades de alimentos en un mismo momento. Esto se evidenció en la entrevista de Analía quien nos comentó lo siguiente: “Sí, más que nada lo planifico cuando hago el pedido, no cuándo llega. En general, entre que hago el pedido y llega, pasan 3 o 4 días entonces yo ya sé que voy a tener la semana siguiente”.

Entre las modificaciones que mencionamos, los cuales son consecuencia del cambio de hábitos, surgen como herramientas “facilitadoras” del trabajo doméstico como los electrodomésticos y los alimentos servicio, que según la misma autora surgen como soporte - a partir de la incorporación de la mujer en el mercado de trabajo remunerado a partir de la segunda mitad del Siglo XX- para ahorrar trabajo, esfuerzo y tiempo destinado a la cocina. El uso de electrodomésticos hogareños y alimentos servicios fue de interés en nuestra investigación. Pudimos comprobar que particularmente los electrodomésticos y/o utensilios fueron aliados de la cocina ante la llegada de los bolsones.

Sol nos comentaba: “Me compré el rallador eléctrico, pero como para que sea más rápido para mí por una cuestión de tiempo” y también sumamos lo que nos decía Cecilia al respecto: “Para hacer las verduras blanqueadas tengo un recipiente, controlo el tiempo en agua caliente y en agua fría, las seco, las envaso al vacío y las meto al freezer.” “Con la mini picadora cuando viene perejil o cilantro bueno pico todo y lo pongo en el freezer en pequeños recipientes.”

En un contexto, como es el actual, donde las relaciones de poder determinan los horarios laborales y el tiempo que disponen las personas para cada actividad, la planificación es fundamental para que el tiempo dedicado a una tarea no le quite el tiempo a la otra. En la actualidad los tiempos destinados a la cocina se reducen, esto se pone en evidencia en lo referido por Karen en la entrevista: “Tengo que despejar otras cosas para tener tiempo para cocinar. Lamentablemente hay veces que cocino muy de manera muy pragmática, muy a la que te criaste porque hay que comer, porque tengo hambre, pero no estoy disfrutando de esa situación como lo hacía en otros momentos”.

Siguiendo con el análisis, ahora desde una perspectiva de la antropología alimentaria en relación con el proceso histórico, establecimos relación con los conceptos de Mintz, en las entrevistas se pudo observar la relación entre el significado externo y cómo afectó las prácticas culinarias durante la pandemia de COVID-19. Se observó que las personas disponían de mayor cantidad de tiempo para dedicar a la cocina y a la comensalidad.

En este sentido se podría considerar la pandemia, y en especial al ASPO, como un cambio estructural del significado externo. Con relación a esto, podemos citar a María: “Si, al tener más tiempo (durante el ASPO) estaba mucho más

organizada. Ahí sí, me preparaba cosas para toda la semana. Era otro tipo de organización, estaba más planificada. Después cuando terminó la cuarentena y empezás a lo cotidiano, se empezó a complicar un poco más”

Haciendo mención a la comensalidad, Analía nos dice: “tratamos siempre de comer juntos. Al mediodía no siempre sucede, la pandemia ayudó a que estuviéramos en casa, entonces podíamos compartir almuerzo, cosa que no sucedía. La cena siempre es un momento familiar. En todas las cenas comemos juntos, excepto que alguno tenga alguna cosa que hacer, una salida o algo. Pero la rutina es cocinar juntos y comer juntos.” Aquí se evidencia el significado interno que tiene para ella poder compartir un momento familiar y cómo este se modificó con el cambio externo que significó la pandemia.

Durante la pandemia se vio un aumento en el consumo de productos agroecológicos, en especial bolsones. Al realizar las entrevistas, se nombraron en varias oportunidades al kale, el cual se encuentra frecuentemente en los bolsones. Debido a la novedad de este alimento, se dialogó con una agricultora agroecológica para conocer en qué condiciones se produce y de qué forma llega a la mesa de los consumidores. Ella mencionó lo siguiente:

“Nosotros empezamos a plantarlo hace 5 años. Es una planta que sale mucha cantidad. Desde que lo plantas, tarda 2 meses y empieza a salir. Rinde porque crece y crece, más o menos 1 metro.”

Las relaciones de poder vinculadas con la producción y la distribución de alimentos benefician al agronegocio, por lo que los pequeños productores agroecológicos deben adaptarse también a estas demandas del mercado. Por esto creemos que el kale es un alimento tan difundido actualmente, como

menciona la agricultora, es un cultivo “rendidor”, que les permite obtener varias cosechas sin requerir del uso de agroquímicos. A su vez en el diálogo con la agricultora ella mencionó:

“Lo pongo en los bolsones porque la gente siempre me lo pide. Pongo un paquetito de kale por bolsón, pesa entre 300-400 gramos.”

Frase en la cual se evidencia cómo las condiciones externas influyen en las condiciones de consumo de la vida diaria (significado interno), es decir lo que representa el kale para las personas, un alimento que, hasta hace no mucho, era desconocido por la mayoría de las personas en nuestro país y que ahora es incorporado y apreciado por muchos de ellos.

En referencia al kale, también pudimos establecer un vínculo con el principio de incorporación planteado por el sociólogo Claude Fischler. Aunque no es el único ejemplo, ya que también se nombró al akusay, el pak choi, el grelo, los rabanitos y variedad de legumbres como nuevos alimentos incluidos en la dieta. Sin embargo, esto no se dio de manera inmediata, requirió de ajustes en las gramáticas culinarias a través de la búsqueda e inclusión de nuevas recetas a la cocina tradicional. Uno de los ejemplos que podemos mencionar es el de María, quien nos contó cómo a partir de probar una nueva receta, logró la aceptación de su hijo por la misma.

“De legumbres, yo conocía 2 o 3 porotos y ahora ya conozco un montón... Las legumbres me gusta mucho combinarlas, ponerle agua de cocción, aceite, condimento y procesarlas tipo crema untable. Y bueno, hago el choco-porotos,

con los porotos procesados tipo mousse de chocolate, esa la hago y mi hijo más chiquito se la hago así y la come a cucharadas.”

Otra forma de lograr la aceptación de nuevos alimentos es a través del fondo de especias, concepto también acuñado por Fischler como elemento de las gramáticas culinarias. El fondo de especias hace referencia a los condimentos y saborizantes, estos mismos determinan el sabor típico de la cocina, volviendo familiar lo desconocido. Los condimentos más nombrados fueron el orégano, laurel, pimentón y ají molido siendo el fondo de especias tradicional de la población entrevistada. También se incorporaron a través de la agroecología otros nuevos como la cúrcuma, el curry y el jengibre.

El segundo elemento de las gramáticas culinarias es la comensalidad. Como definimos anteriormente hace referencia a cantidad y calidad de invitados, cantidad de comidas realizadas al día, y el espacio físico donde se realiza. Pudimos observar que en cuanto al momento de la comida 9 personas refirieron compartir la cena en familia, de las cuales 3 afirmaron compartir todas las comidas solo los fines de semana. Las otras 3 afirmaron que realizan todas las comidas del día en compañía.

Los motivos principales por los cuales no comparten ciertos momentos de la comida son los horarios laborales, en el caso del almuerzo, y las actividades escolares. En estos casos nuevamente se puede observar como el significado externo moldea las actividades diarias y genera hábitos en las personas. En referencia a esto citamos el ejemplo de Karen: Comemos juntos a la noche y algunas noches porque yo hay noches que trabajo o tengo un Zoom o él llega

muy tarde entonces se come a destiempo” ... “Al mediodía no estamos nunca, solamente sábado y domingo compartimos desayuno, merienda, cena, todo.

Pero en la semana solamente cenas”. Acá también se evidencia lo dicho por Mabel Gracia Arnaiz, de que, en las últimas décadas, la imagen de la familia reunida alrededor de la mesa se sustituyó o se alternó con una comensalidad con colegas, compañeros de trabajo o de escuela.

Por otro lado, 4 personas resaltaron que durante la cuarentena tenían más tiempo tanto como para organizarse para cocinar como para comer todos juntos, anteriormente se hizo mención del fragmento de la entrevista de Analía al respecto y a continuación ejemplificamos con otro extracto de entrevista:

Emiliano: “Mira en la pandemia si cambió porque estábamos más juntos.

Después con mi papá también. A Punta Indio no podía ir...” “Cuando estamos en Punta Indio, sí porque coincidimos todos en un horario... es campo prácticamente entonces ahí coincidimos, es más hasta por ahí hasta las preparaciones las hacemos juntos. Yo utilizo mucho fuego allá, por ejemplo, me encanta. Entonces qué sé yo, uno va a buscar leña, uno prepara la ensalada, va a la quinta se fija la radicheta, se fija el kale, o sea ahí compartimos todo generalmente y nos sentamos a comer. Después acá con mi señora, si... tratamos de hacerlo juntos”.

En el caso de Laura el significado externo que modificó su comensalidad no fue el ASPO, sino el método de compra a través de bolsones agroecológicos, ya que debido al gran volumen que ocupan y el espacio reducido de su cocina deben realizar con su madre las comidas en otra área de la casa.

Laura: Cuando llega el bolsón, dejamos de disponer de la mesa familiar (en referencia a que usan la mesa de la cocina para apoyar las frutas y verduras del bolsón agroecológico), entonces nos vamos al living a comer, que en general lo hacemos charlando, pero estamos en un sillón comiendo con el plato encima. Y nada, vamos charlando ahí o mirando la tele y charlando, pero en general es tipo sobre sillón no sobre mesa.

Otro factor que consideramos que en la actualidad afecta la comensalidad, como también el disfrute y el intercambio mientras se está en la mesa familiar, es el uso de pantallas. Transformándose en una alimentación más individualista, como menciona Fischler el consumidor de alimentos moderno es un consumidor solitario. Entonces pudimos observar que 6 personas afirmaron su uso durante el momento de la comida, 1 indicó su uso solo cuando coincide con el juego de un equipo de fútbol al cual son fanáticos y otra comentó que suele estar solo como sonido de fondo.

El tercer, y último, elemento que compone las gramáticas culinarias es el fondo de cocción, el cual hace referencia a las formas de preparar los alimentos (corte, combinación y cocción) y cuáles de ellos son considerados comida.

Ante la llegada del bolsón, varios entrevistados nos mencionaron los procesos que realizan con la mercadería. Destacamos el caso de las verduras de hojas, las mismas llegan en grandes cantidades y ocupan mucho espacio en el almacenamiento, es así como en las entrevistas nos comentaron que luego del lavado y sanitización realizan alguna forma de cocción para proceder a

conservarlos en el freezer hasta su uso. En palabras de la entrevistada Laura nos dice: “hay muchas cosas que ni bien llegan las ponemos a cocinar, por ejemplo, las verduras de hoja si llega un paquete grande acelga eso si no entra todo en la heladera entonces lo cocinamos antes y lo guardamos escurrido en un tupper pequeño”.

Los ingredientes que seleccionamos al preparar las comidas suelen ser aquellos que son considerados por la cultura como tal, esta elección también se refleja en el desconocimiento de las personas a la hora de cocinarlos o de incluirlos en la alimentación. Podemos citar el ejemplo de Karen: “Otra cosa que me vino es la mandioca, que la termino regalando porque no sé cocinarla y bueno me embolé, dije “no, no quiero aprender más”. Viene en el bolsón, lo regalo y no lo uso, ya aprenderé”. Para ella, la mandioca no forma parte de su gramática culinaria, ya que no hubo aceptación y por lo tanto no fue incorporada a sus hábitos alimentarios.

Entre las formas de cocción mayormente nombradas se destacan el horno, hervido, salteado y al vapor. En el siguiente fragmento podemos observar cómo la entrevistada prefiere el método de vapor por encima de otros, ya que se considera que de esta forma se preservan las propiedades nutricionales de los alimentos. María: “Al vapor lo empecé a usar después, quizás antes hacía más hervido en abundante agua y después empecé a leer un poco más y lo que más se aconseja con este tipo de cocciones es que se recomienda más al vapor para que no pierda tantos nutrientes, entonces cuando quiero cocinar algo para un puré, por ejemplo, las papas o las zanahorias las hago al vapor, eso lo fui cambiando... antes hervía más en agua, o mismo la acelga y espinaca.” En este ejemplo pudimos identificar como la entrevistada aplica el concepto de

autocuidado propuesto por Menéndez, con el propósito de mejorar su nutrición a través del máximo aprovechamiento en la obtención de nutrientes.

También pudimos observar que las prácticas de autocuidado se evidencian en las motivaciones de elección de alimentos agroecológicos. Todos los entrevistados coincidieron en que existe una relación entre el consumo de alimentos agroecológicos y el cuidado de la salud, ya que se considera que, al elegir alimentos libres de agroquímicos, se logra un cambio beneficioso en la salud. Con respecto a esto podemos citar a Gonzalo y a María:

Gonzalo: “En realidad porque son más sanos (los alimentos agroecológicos), porque no tienen fertilizantes, agroquímicos. Esa es la cuestión, comer más sano.”

María: “Creo que lo que no es agroecológico seguramente esté trabajado desde químicos y cosas que no creo que sean buenas para la salud.”

Además de las prácticas de autocuidado, también pudimos observar prácticas de autoatención, que involucran no solamente el cuidado de la salud propia, sino que también tiene en cuenta el cuidado de los otros. En este caso podemos ejemplificar lo contado por María: empecé a interiorizarme en el tema, a leer un poco más sobre las verduras agroecológicas y me pareció la mejor opción empezar a cambiarme a esa forma de consumo, puntualmente también fue cuando nació mi hijo entonces eso también fue como un impulso para hacer el cambio.”

Así podemos ver como el estilo de alimentación basado en el consumo de alimentos agroecológicos puede ser considerado como una práctica que ayuda a prevenir padecimientos dentro de la familia.

Estas prácticas no solo se reducen al consumo de alimentos sin agroquímicos, sino también a los procesos de sanitización de los vegetales y frutas que llegan a través de los bolsones. Sol y Laura nos comentaron cómo realizan estos procedimientos:

Sol: “Sí, las separo primero, las acomodo según el tipo, si son las hojas, si son los ancos los pongo en un cajón cada una y después los voy sanitizando cuando los voy a usar. Antes no porque, sino que se me ponen feos y así a lo largo de la semana.”

Laura: “cuando llega todo a mi casa lavamos todo con mi mamá, yo vivo con ella sola, depende si alguna está ocupada alguna hace más y así. En general en mi casa se lava todo, se sanitiza todo, se seca todo y se guarda todo.”

A modo de integración de nuestro análisis, podemos concluir que la alimentación es un hecho complejo que está atravesado por múltiples factores y el consumo de alimentos agroecológicos ejemplifica de alguna manera ello. Desde un enfoque biológico los motivos de su elección centrado en los beneficios sobre la salud (Menéndez), por motivos simbólicos con respecto a lo que representa para las personas el consumo de alimentos sin agroquímicos y de cómo ellos se integran a sus prácticas diarias en la cocina, articulando dichos conceptos con Fischler y desde factores tecnológicos económicos. Pudimos analizar el vínculo de la producción y cómo está determinada por las

condiciones externas y por el poder dominante, en relación con los alimentos que se consumen ya sean agroecológicos o no, y que marcan así las condiciones de la alimentación diaria, es decir los significados internos.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El consumo de alimentos agroecológicos está instalándose en nuestra sociedad. Debido a esto empiezan a estudiarse cuáles son los cambios y las adaptaciones que se producen en las prácticas culinarias y en los hábitos de la población que los elige. La incorporación de nuevos alimentos y sistemas de compra al adquirirlos mediante bolsones se traduce en cambios de sus gramáticas culinarias a través de la incorporación de recetas, ingredientes y condimentos.

Tras investigar en profundidad a los consumidores de productos agroecológicos, podemos determinar cuáles fueron sus motivaciones y conocer en detalle cuáles son los cambios en sus prácticas culinarias introducidos a partir de adoptar un nuevo estilo en la alimentación. Además, nos permite determinar el vínculo establecido con el cuidado de la salud percibido por ellos.

La población encuestada se caracteriza por presentar un amplio rango etario, desde 18 a 79 años y por ser mayoritariamente del género femenino (84,5 %), siendo estos valores similares al estudio previo "Caracterización del perfil de los consumidores agroecológicos de la región de CABA-GBA 2020"³⁴.

El inicio en el consumo de alimentos agroecológicos en la población de estudio fue motivado por varios factores, podemos notar como punto en común que la elección de estos está basada en la asociación de dichos alimentos con la salud, primeramente, aunque también son significativos otros motivos como favorecer el desarrollo de la agricultura familiar y la sustentabilidad del medio ambiente. Estos primeros dos motivos también fueron los más elegidos en el estudio mencionado previamente ³⁴.

También podemos concluir que las condiciones de acceso (físico y económico), como la cercanía a los nodos o la diferencia significativa en los precios de algunos productos, en comparación a su versión no agroecológica, interfieren en el acercamiento al consumo y en la capacidad de mantener el hábito de compra. Esto se puede relacionar con el informe del INTA ³¹ que menciona que los problemas en la producción son por falta de insumos y en la distribución por dificultades en el traslado desde los puntos de producción hacia los intermediarios, estas situaciones condicionarían el acceso.

En las entrevistas en profundidad se llega a la conclusión que con la compra de los bolsones de 7-8 kilos de frutas y verduras, se requiere una organización especial para aprovechar el espacio físico a la hora de almacenarlos y para una mejor conservación por mayor tiempo. A su vez, al no poder elegir las variedades de frutas y verduras, se puede observar cómo la incorporación de nuevos alimentos se logra a través de la cocina y de nuevas recetas, que permiten la adopción de nuevas gramáticas culinarias, y con ello lograr la aceptabilidad de los platos.

Como futuras Licenciadas en Nutrición compartimos la postura de que un estilo de alimentación basado en el consumo de alimentos agroecológicos es una práctica que contribuye tanto a la salud individual como a la colectiva. Consideramos que es necesario difundir e incentivar el consumo de alimentos producidos de manera sustentable.

También consideramos importante abrir frentes de investigación acerca del acceso a productos agroecológicos, tanto económicos como físicos. Proponemos que los ejes de esta investigación se expandan a nivel nacional para poder planificar políticas que mejoren el acceso y faciliten la incorporación de nuevos productos por medio de la educación y el compromiso de todos los actores.

Limitaciones al realizar el trabajo:

No tuvimos suficiente contacto con personas que residen en Zona Norte por lo que el porcentaje obtenido no es representativo para dicha zona.

No se pudo entrevistar a la cantidad de personas de género masculino y “otro” planificadas por falta de respuesta.

Las normas de distanciamiento debido a la pandemia COVID- 19 impidió que las entrevistas se realizarán de manera presencial, dificultando la creación de un vínculo más íntimo con los entrevistados, e impidiendo que podamos interiorizarnos en el hogar, en la cocina y hacer observaciones en simultáneo que podrían agregar valor extra al trabajo.

Importancia del estudio: sentar las bases para futuras investigaciones sobre consumo de productos agroecológicos y la relación de estos con la incorporación de nuevas gramáticas culinarias.

VII.AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a la Universidad de Buenos Aires, a la Escuela de Nutrición y docentes de la carrera que nos han guiado y nos han formado en el transcurso de nuestros estudios como profesionales y promotoras de la salud.

A la Dra. Gloria Mancinelli, nuestra tutora de tesis, por orientarnos y brindarnos todo su conocimiento y experiencia durante la realización de este trabajo como así también por incentivarlos y adaptarse en este tiempo de pandemia.

Además, agradecer a todas las organizaciones y aquellas/os consumidores de alimentos agroecológicos que fueron nuestro objeto de estudio y nos brindaron toda su colaboración para la recopilación de datos.

Por último, agradecer especialmente a nuestras familias y amistades por acompañarnos de manera incondicional a lo largo de estos años de estudio.

VIII. ANEXOS

ANEXO 1: Guía de observación participante

Fecha:

Lugar:

- Nombre
- Localidad, barrio, dirección
- Espacio físico: dimensiones, cómo está distribuido
- Personas que atienden

Compras:

- Método de compra
- Días y horarios
- Forma de retiro de la compra
- Qué productos venden
- Las de mayor concurrencia

Población- clientes:

- Quienes retiran (1 o varias personas por núcleo familiar)
- Edad
- Sexo
- Que alimentos son los más consumidos

Trabajadores (entrevista informal):

- Cómo es la población general (edad, sexo, composición familiar, tipo de vínculo con el local)
- Si notaron aumento en el consumo/demanda al comenzar la pandemia y si notaron algún pico de consumo - Cómo es la organización
- Qué suelen comprar las personas
- Si llevan registros de las compras y si realizan estadísticas
- Como es el trato con las personas, intercambios de saberes

ANEXO 2: Cuestionario autoadministrado destinado a consumidores

Sección N° 1 del formulario

¡Hola! Somos estudiantes de 5to año de la carrera de Licenciatura en Nutrición de la UBA. El siguiente formulario forma parte de nuestro Trabajo Final de Grado.

Está destinado a personas mayores de 18 años que consuman productos agroecológicos y que residan en el AMBA o en la Ciudad de La Plata. Las respuestas son anónimas y serán utilizadas con fines académicos sin fines de lucro.

Responder la encuesta no lleva más de 5 minutos.

Agradecemos tu tiempo.

1. Para continuar pedimos tu consentimiento para utilizar de forma anónima los datos obtenidos:

- Sí, acepto
- No, no acepto (finaliza la encuesta)

Sección N° 2 del formulario: consumo de productos agroecológicos

La agroecología es una alternativa a los sistemas de producción de la agroindustria, promueve la agricultura local y la producción nacional de alimentos por campesinos y familias rurales y urbanas. Se fundamenta en el desarrollo de agroecosistemas con una mínima dependencia de agroquímicos e insumos de energía.

2. ¿Consumís o consumiste alguna vez productos agroecológicos?
 - Sí
 - No (finaliza la encuesta)

Sección N°3 del formulario: caracterización sociodemográfica

3. Edad en años cumplidos a la fecha

4. Género
 - Femenino
 - Masculino
 - Otro

5. Tu grupo familiar o con quienes convives: ¿cómo está conformado?
(pregunta abierta)

6. Localidad donde vives:
 - CABA

- PBA zona oeste
- PBA zona sur
- PBA zona norte
- La plata
- Otra: _____ (finaliza la encuesta)

Sección del formulario N°4: caracterización del consumo de productos agroecológicos

7. ¿Quién realiza la compra de productos agroecológicos? Marca todas las que correspondan

- Yo
- Padre
- Madre
- Hermana/o
- Pareja/conviviente
- Hijo/a
- Otro _____

8. ¿Cada cuánto realizas las compras de productos agroecológicos?

- A diario
- Semanalmente
- Quincenalmente
- Mensualmente
- Otra: _____

9. ¿En qué forma usualmente realizas la compra de frutas y verduras?

Marca todas las que correspondan

- Bolsón de verduras de aproximadamente 5 kg
- Bolsón de verduras de entre 6 - 8 kg
- Bolsón de frutas de estación
- Bolsón de frutas y verduras de aproximadamente 8-10 kg
- Verduras sueltas
- Frutas sueltas
- Otra: _____

10. ¿A qué organización pertenece el espacio donde realizas las compras?

Marcá todas las que corresponda

- Unión de Trabajadores de la Tierra (UTT)
- Más cerca es más justo
- Kolmena Oeste
- No lo sé
- Otra: _____

11. ¿Cómo conociste a este grupo/organización?

- Recomendación de amigos/as y/o familiares.
- A través de redes sociales o grupos de difusión.
- Cercanía con el nodo o punto de compra
- Otra: _____

12. ¿Cuándo comenzaste a consumir productos agroecológicos?

- Previo a la pandemia de COVID-19 (Antes de marzo 2020)
- Durante la pandemia de COVID-19.

13. ¿Por qué motivos empezaste a consumirlos? Marcá todas las que correspondan:

- Porque los productos son más económicos
- Por practicidad a la hora de realizar la compra
- Porque realizan entregas a domicilio
- Para contribuir a la sustentabilidad del medio ambiente
- Para contribuir a una mejora en la salud propia y/o familiar
- Porque tienen mejor sabor y/o aroma
- Para cooperar con el desarrollo de la agricultura familiar
- Otra: _____

14. Cuando comenzaste a consumir productos agroecológicos, ¿cambiaste las formas de almacenamiento y preparación de los alimentos?

- Si
- No
- No lo sé

15. ¿Cuáles son los alimentos que más consumís? Marcá todas las que correspondan:

- Verduras
- Frutas
- Yerba

- Huevos
- Lácteos
- Miel
- Mermeladas
- Panes
- Cereales (arroz, fideos, quinoa, avena, trigo sarraceno, mijo, harinas)
- Legumbres (lentejas, garbanzos, porotos, arvejas, habas, soja, maní)
- Frutos secos (almendras, nueces, castañas de cajú, pistachos, avellanas)
- Semillas (chía, lino, sésamo, girasol, amapola, zapallo)
- Condimentos
- Otra: _____

16. ¿Tenés dificultad para conseguir algún alimento agroecológico?

- Sí (pasá a la pregunta N° 17)
- No (pasá a la pregunta N°18)

17. Si tu respuesta anterior fue “Sí”, ¿qué alimento/s agroecológicos no conseguís? (pregunta abierta)

18. Además de consumir productos agroecológicos, ¿consumís otros que no lo sean?

- Sí (pasá a la pregunta 19)
- No (pasá a la pregunta 20)

19. Si la respuesta anterior fue "SI", ¿qué productos NO agroecológicos consumís?

- Verduras
- Frutas
- Yerba
- Huevos
- Lácteos
- Miel
- Mermeladas
- Panes
- Cereales (arroz, fideos, quinoa, avena, trigo sarraceno, mijo, harinas)
- Legumbres (lentejas, garbanzos, porotos, arvejas, habas, soja, maní)
- Frutos secos (almendras, nueces, castañas de cajú, pistachos, avellanas)
- Semillas (chía, lino, sésamo, girasol, amapola, zapallo)
- Condimentos
- Otra: _____

20. ¿Crees que la alimentación es un factor que influye en tu salud?

- Si
- No
- No lo sé

21. ¿Qué beneficios consideras que tiene el consumo de productos agroecológicos? Marca todas las que correspondan - Mejora en la salud propia y/o familiar

- Mejora en la calidad nutricional de los alimentos
- Cuidado de los recursos naturales y de la biodiversidad
- Reducción del impacto en el cambio climático
- Generación de puestos de trabajo de agricultura familiar
- No considero que tenga beneficios
- Otra: _____

Sección N° 5 del formulario: entrevista vía Meet a futuro

22. ¿Hay algo más que quisieras aportar en cuanto al consumo de productos agroecológicos? (pregunta abierta)

23. Si quisieras participar de una entrevista en profundidad a través de Meet en el futuro déjanos un mail de contacto y/o número de teléfono (pregunta abierta)

ANEXO 3: Guía entrevista antropológica

EJE: motivaciones de compra

1. ¿Por qué empezaste a consumirlos? (Motivos de salud,

ecológicos/ambientales, económicos, sociales/ situación laboral de los campesinos/ agroquímicos, organolépticos, practicidad/cercanía) 2.

¿Cómo fue tu iniciación en el consumo de productos agroecológicos?

3. ¿Alguien te lo recomendó? ¿Por qué?

EJE: consumo de productos agroecológicos durante la pandemia de COVID-19

4. ¿Hace cuánto consumís alimentos agroecológicos?

EJE: Gramáticas culinarias

5. ¿Qué tipo de compras usualmente realizas? (Bolsón, fruta/verdura suelta, productos de almacén) ¿Cuántas veces a la semana, qué cantidad?

6. Una vez que llega la compra de productos agroecológicos a tu casa...

¿Tenes alguna rutina en cuanto a desinfección, almacenamiento y/o guardado?

¿Es lo mismo que cuando comprabas de manera tradicional?

7. ¿Cómo es la cocina en tu hogar? ¿Con qué equipamiento cuenta? ¿Qué utensilios tiene y/o usa?

8. ¿Tuviste que comprar alguno más desde que comenzó a consumir productos agroecológicos?

9. ¿Quién cocina en el hogar? ¿Para quienes cocina?

10. ¿En qué cantidad cocina? ¿Cocina para congelar?

11. ¿Cómo es el momento de la comida? ¿Se comparte con otras personas?

12. ¿Qué formas de cocción utilizas? ¿Es diferente a cuando consumías alimentos no agroecológicos? Si aprendiste nuevas técnicas o recetas

13. ¿A través de la agroecología empezaste a consumir nuevos alimentos? ¿Cuáles?
14. En la elaboración ¿qué condimentos suelen usar, y en qué preparaciones/recetas? ¿Incorporaste nuevos condimentos o sabores?
15. ¿Tuviste que aprender a cocinar estos alimentos nuevos? ¿Cómo lo aprendiste? (a través de conocidos, internet, redes sociales, información del nodo de compra)
16. ¿Qué recetas suele realizar con dichos alimentos?

EJE: autocuidado y autoatención

17. ¿Qué opinas sobre el consumo de alimentos agroecológicos y el cuidado de la salud? ¿Crees que existe alguna relación?
18. Desde que comenzaste a consumir productos agroecológicos, ¿realizaste algún cambio en tu estilo de vida? ¿Cuál o cuáles? (disminuir el consumo de tabaco, disminuir el consumo de alcohol, aumentar la actividad física, aumentar el consumo de frutas y verduras, cambiar a una alimentación basada en plantas)
19. ¿Notaste algún cambio en tu salud desde que comenzaste a consumir productos agroecológicos? ¿Cuál o cuáles? (si notan que se enferman menos, si se sienten con más energía, etc.)

ANEXO 4: Consentimiento informado para participar de la entrevista

Necesitamos su autorización para poder ser entrevistado por estudiantes de Licenciatura en Nutrición de la Facultad de Medicina de la Universidad de Buenos Aires.

Si está de acuerdo, la entrevista será videograbada.

Los datos serán registrados y tratados con fines académicos, formarán parte del Trabajo Final de Grado.

Se utilizarán nombres ficticios para proteger su identidad y mantener el anonimato.

La entrevista es anónima. La decisión de participar es voluntaria y puede retirar su participación de forma voluntaria en cualquier momento del proceso de entrevista.

IX. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Sarandón SJ. Agroecología: una revolución del pensamiento en las ciencias agrarias. CTyP. 2021;4(6):055
2. Sammartino GV. Notas para identificar el modelo de producción agroalimentario hegemónico actual. *Diaeta* (B Aires) 2014:16–25
3. Rodríguez Muñoz BF. Regímenes, sistema y crisis agroalimentaria. CLACSO 2010
4. Teubal, M, Palmisano, T. Crisis alimentaria y crisis global: la Argentina de 2001/2002 y después. *Realidad Económica* 2013;279.
5. Jociles Rubio, M. I. (2018). La observación participante en el estudio etnográfico de las prácticas sociales. *Revista Colombiana De Antropología*, 54(1), 121–150.

6. Katz M, Seid G, Abiuso FL. La técnica de encuesta: Características y aplicaciones. Carrera de Sociología – UBA. Metodología de la investigación; 2019
7. Guber R. El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo. 2004. 325 p
8. Altieri M, Toledo VM. La revolución agroecológica de América Latina: Rescatar la naturaleza, asegurar la soberanía alimentaria y empoderar al campesino. El Otro Derecho. 30 de septiembre de 2010;42
9. Altieri M. Agroecología. Bases científicas para una agricultura sustentable. Editorial Nordan–Comunidad; 1999
10. Gorban M. Seguridad y Soberanía Alimentaria. Buenos Aires: Colección Cuadernos; 2011
11. Mintz SW. Sabor a comida, sabor a libertad: incursiones en la comida, la cultura y el pasado. Instituto nacional de antropología e historia; 2003
12. Fischler C. El (h)Omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo. la Ciudad Condal, España: Anagrama, Editorial S.A; 1995
13. Fischler C. Food habits, social change and the nature/culture dilemma. Social Science Information, v. 19, n. 6, p. 937-953, 1980
14. Contreras J, Gracia M. Alimentación y cultura: perspectivas antropológicas. Editorial Ariel; 2005
15. Gracia-Arnaiz M. Alimentación, trabajo género. De cocinas, cocineras y otras tareas domésticas. Panorama Social, N° 19, primer semestre 2014
16. Comas d'Argemi D. Los cuidados y sus máscaras. Retos para la antropología feminista. MORA. 2014;20:167–82

17. Menéndez EL. Modelos de atención de los padecimientos: de exclusiones teóricas y articulaciones prácticas. Cien Saude Colet. 2003;8(1):185–207
18. Reboratti C. La Argentina rural entre la modernización y la exclusión. CLACSO 2006
19. Ley de Semillas y Creaciones Fitogénicas S N° 20.247. InfoLeg 1973.
20. Andriulo Ae MDLA. Revisión de los impactos ambientales pasados y presentes de los sistemas de producción regionales para dejar un legado innovador y responsable. INTA 2017
21. INTA. ProHuerta: una política pública con 30 años de historia. INTA 2020
22. Gadda AL. Feria de intercambio de semillas, saberes y sabores. INTA 2020
23. La Vía Campesina. La voz de las campesinas y de los campesinos del mundo - Vía Campesina 2017. [Consultado 13 mayo 2021]. Disponible en:

<https://viacampesina.org/es/la-via-campesina-la-voz-las-campesinas-loscampesinos-del-mundo/>
24. Unión de Trabajadores de la Tierra. Quienes Somos. [Consultado 15 mayo 2021]. Disponible en:

<https://uniondetrabajadoresdelatierra.com.ar/quienes-somos/>
25. Unión de Trabajadores de la Tierra. Las Colonias Agroecológicas: una propuesta que crece en todo el país. [Consultado 20 Mayo 2021]. Disponible en:

<https://uniondetrabajadoresdelatierra.com.ar/2020/12/26/las-coloniasagroecologicas-una-propuesta-que-crece-en-todo-el-pais/>

26. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria 2018. [Consultado 13 mayo 2021]. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/inta>
27. INTA Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria - Presentación. Gobierno de Argentina n.d. [Consultado 16 Mayo 2021]. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/inta-presentacion.pdf>
28. Red Nacional de Municipios y Comunidades que fomentan la Agroecología. Argentina. [Consultado 17 Mayo 2021]. Disponible en: <http://www.renama.org/acerca-de-la-renama/>
29. Movimiento Agroecológico de América Latina y el Caribe. Quienes somos. MAELA. [Consultado 17 Mayo 2021]. Disponible en: <https://maelaagroecologia.org/quienes-somos/>
30. Fernández, Lisandro Federico; Caracterización de la comercialización de bolsones agroecológicos: Estudio de caso en La Plata, 2019-2020; Universidad Nacional de La Pampa. Facultad de Ciencias Humanas. Instituto de Geografía; Huellas; 25; 1; 15-5-2021; 193-209
31. Viteri, M.L., Vitales, J.; Quinteros, G. " Innovar en Tiempos de Pandemia. Agricultura Familiar en la Argentina." Ediciones INTA. 2020
32. Viteri, M.L., Vitale, J.A; Quinteros, G. Abril 2020. " Innovar en Tiempos de Pandemia. Agricultura Familiar en la Argentina." Ediciones INTA
33. Fernández LF, Universidad Nacional de La Plata. Argentina. Characterization of trading of agroecological holdalls. Case study in La Plata, 2019-2020. Huellas. 2021;25(1):193–209
34. Alvarez E, Picco D, Robledo A, Segovia I. Caracterización del perfil de consumidores agroecológicos de la región de CABA-GBA 2020. [Buenos Aires, Argentina]: Universidad de Buenos Aires; 2020

35. Méndez Sastoque J, Bonilla Orrego FM. Narrativas éticas, simbólicas y políticas asociadas al consumo de alimentos agroecológicos. Un estudio de caso. Luna Azul. el 30 de noviembre de 2012;177–200
36. Chaparro Africano AM, Garzón Méndez JD. Consumidores y consumo sostenible en Mercados Agroecológicos. 2020