

PERSPECTIVAS Y IMPACTOS DE LA PUESTA EN VALOR DEL PATRIMONIO CULTURAL DE ÁMBITO RURAL: SECADEROS DE YERBA MATE BARBACUÁ EN LA PROVINCIA DE MISIONES. ARGENTINA

Valeria Elizabeth do Santos ¹

Resumen

La provincia de Misiones, -provincia situada al Noreste de Argentina- es reconocida a nivel mundial por sus cultivos de Yerba Mate y por razones ecológicas, sociales e históricas, la organización productiva y el consumo de la misma poseen un fuerte arraigo territorial. Sin embargo la actividad yerbatera ha sufrido varios altibajos en su historia, particularmente en lo que respecta los Secaderos de Yerba Mate Barbacué. Ubicados en el centro de la provincia de Misiones, el recorte de investigación propuesto se corresponde a dos Municipios del departamento de Oberá [Guaraní y los Helechos] y un Municipio de San Javier [Florentino Ameghino], en un periodo que comprende desde la década de los años '70 hasta el año 2012; tiempo durante el cual se ha visto, un acelerado cierre de los secaderos de Yerba Mate Barbacué, debido a factores económicos, decisiones políticas nacionales y los inminentes procesos internacionales como la "globalización" y la prédica de su política "sui generis", obteniendo cambios drásticos en cuanto a la calidad y a la cantidad. El tipo de yerba mate que se estudia, se diferencia de las demás por tener un diferente proceso de elaboración y particularmente de estacionamiento. Analizando el estado de situación histórica y actual, y retomando un proyecto de revalorización y rescate de los Secaderos de Yerba Mate barbacué del año 2010 presentado por algunas instituciones estatales, es que se realiza una propuesta de inserción turística, como una alternativa de economía secundaria, considerando los impactos socioeconómicos que podrían tener los municipios en cuestión poniendo de manifiesto además la puesta en valor de estos secaderos como Patrimonio Cultural de ámbito rural.

Palabras Clave: Teoría de los campos. Secaderos de Yerba Mate tipo Barbacué. Patrimonio Cultural. Turismo Rural. Impactos.

PROSPECTS AND IMPACTS FOR ENHANCEMENT OF CULTURAL HERITAGE OF RURAL AREA: SECADEROS OF MATE BARBACUÁ IN THE PROVINCE OF MISSIONS. ARGENTINA

Summary

The province of Misiones, located in Northeast Argentina is recognized worldwide for its cultivation of Yerba Mate and ecological, social and historical reasons, the organization of production and consumption of it have a strong territorial roots. However the activity of Yerba Mate has experienced several ups and downs in its history, particularly as regards the Yerba Mate Barbacué dryers. Located in the center of the province of Misiones, cutting research proposed two Municipalities in Oberá [Guaraní and Ferns] and Municipality of San Javier [Florentino Ameghino] corresponds in a period ranging from the early 70s until 2012; during which time we have seen, an accelerated closure of the drying of Yerba Mate Barbacué due to economic factors, national policy decisions and impending international processes as "globalization" and the preaching of the "sui generis" policy, obtaining changes drastic as to the quality and quantity. The type of yerba mate studied, differs from the others by having a different preparation process and particularly parking. Analyzing the state of historical and current situation, and resuming a project for recovery and rescue dryers Yerba Mate barbacué 2010 presented by some state institutions, is that a proposed tourist insertion is performed as an alternative secondary economy, considering the socioeconomic impacts that could have the municipalities in question highlighting also the enhancement of these dryers as Cultural Heritage of rural areas.

Keywords: Theory of fields. Yerba Mate dryers Barbacué type. Cultural Heritage. Rural Tourism. Impacts.

¹ Universidad Nacional de Misiones. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Licenciada en Turismo. valeria.dosantos@outlook.com. Provincia de Misiones- República Argentina

PERSPECTIVAS E IMPACTOS PARA REFORÇO DO PATRIMÔNIO CULTURAL DA ÁREA RURAL: SECADEROS DE MATE BARBACUÁ NA PROVÍNCIA DE MISSÓES. ARGENTINA

Resumo

A província de Misiones, situada no nordeste da Argentina é reconhecida mundialmente por sua cultura de Yerba Mate e razões ecológicas, sociais e históricos, a organização da produção e do consumo de ele ter um forte raízes territoriais. No entanto atividade yerbatera sofreu vários altos e baixos em sua história, em particular no que respeita à Erva-Mate secadores Barbacuá. Localizado no centro da província de Misiones, a pesquisa de corte proposto dois municípios em Oberá [Guaraní e Ferns] e Município de San Javier [Florentino Ameghino] corresponde, em um período que varia desde o início 70 anos até 2012; período durante o qual vimos, um encerramento antecipado da secagem da erva-mate Barbacuá devido a fatores econômicos, as decisões políticas nacionais e processos internacionais iminentes como “globalização” e da pregação da política “sui generis”, as mudanças obtendo drástica como para a qualidade e quantidade. O tipo de erva-mate estudado, difere dos outros por ter um processo de preparação diferente e particularmente estacionamento. Analisando o estado da situação histórica e atual, e retomando um projeto para recuperação e socorro secadores de Yerba Mate barbacuá do ano de 2010 apresentados por algumas instituições estatais, é que a inserção turístico proposto é realizada como uma economia alternativa secundária, considerando os impactos sócio-econômicos que poderiam ter os municípios em questão, destacando também o reforço destes secadores como patrimônio cultural das zonas rurais.

Palavras-chave: Teoria dos Campos. Secadores de erva-mate tipo Barbacuá. Patrimônio Cultural. Turismo Rural. Impactos.

1 EL CAMPO YERBATERO BARBACUENSE

La Yerba Mate Barbacuá, al ser una de las formas pioneras en el secado junto con la “carijó”, [Brasil] fue atravesado como un vacío de la historia yerbatera. Quienes trabajaron y trabajan este tipo de yerba conocen mejor que nadie el proceso y la empiria que requiere estar al frente de un establecimiento de este tipo y aunque los tiempos han cambiado acentuándose la tecnología y nuevos modos de producción del producto, querer distinguirse por sobre las demás por haber permanecido a través de la historia, ser patrimonio, enfrentar todo tipo de crisis, y al mismo tiempo no estar reconocido por las instituciones que legitiman la práctica, es sin dudas un tema de profundización.

El progresivo cierre de los secaderos de yerba mate barbacuá, trajo como consecuencia la dispersión de las familias rurales, tanto de productores como de obreros, produciendo un importante flujo migratorio hacia los centros urbanos, principalmente de los jóvenes, en busca de mejores posibilidades, como así también de los obreros

rurales, quienes por ser los jefes de familia y la base del sustento familiar, pasan a engrosar las villas miserias con las necesidades propias en cuanto a salud, educación y seguridad conformando así un cinturón de pobreza que abraza a los centros urbanos más próximos.

El sub-campo yerbatero barbacuense, está conformado por agentes individuales y colectivos intervinientes en dicho campo, el cual se encuentra dentro de un campo mayor. Aquel es constantemente interferido por campos macro más consolidados, como el Campo Político y Económico y es así como se va configurando a lo largo de la historia.

Esta historicidad del campo hace que se reflejen en el periodo mencionado, determinados agentes dentro del mismo -algunos de ellos perpetuados en la historia-, como así también el cambio de posiciones entre los agentes y el uso de diferentes estrategias para permanecer o reconvertirse. La práctica legítima de “hacer esta yerba” hace que mucho tiempo antes de la década de los años ‘70 sea aceptada por todos los agentes del campo en cuestión. Sin embargo a partir del trabajo de campo y la utilización de las fuentes primarias y secundarias, se ve reflejado que los procesos políticos, económicos, culturales y sociales, no se ven ajenos a la problemática del cierre de estos sistemas productivos y terminan siendo en gran parte la mayor causa de la interrupción de la actividad.

El tipo de yerba mate que se estudia, se diferencia de las demás por tener un diferente proceso de elaboración y particularmente de estacionamento. Éste último dura entre 12 a 24 meses antes de salir a la venta. Esto hace que ante los inminentes procesos internacionales como la “globalización” y la prédica de su política “sui generis” se vean cambios drásticos en cuanto a la calidad y a la cantidad.

Para quienes creen y respetan los tiempos y las formas de elaboración, se hizo muy difícil y en algunos casos imposibles ajustarse a los requerimientos y exigencias del “nuevo mercado”. Los sistemas productivos tradicionales y sobre todo, aquellos que se dedican a la producción en pequeños volúmenes como el caso concreto de estos secaderos, los cuales mantienen “tiempos sacros, y formas tradicionales”, hacen que no puedan competir con las nuevas y grandes marcas del mercado y sostenerse en el tiempo por no contar con el capital económico que demanda una empresa familiar de este tipo.

Las estadísticas demuestran lo anteriormente mencionado:

[...] para 1961 existían 69 secaderos de cinta que secaban el 32% de la yerba y 1561 secaderos de barbacuá, catre y cinta que procesaban el 68% restante de la producción (LAGIER, 2008, p.152).

Actualmente existen registrados 62 secaderos tipo barbacuá en la provincia de Misiones, siendo 16 los que se encuentran operando en la zona de estudio.

En el año 2010, con la creación del proyecto “Rescate y Valorización de la Yerba Mate producida por

pequeños productores de la zona centro de Misiones en secaderos tipo barbacuá como un producto diferenciado se esperaba que: 60 productores fortalecen sus vínculos y se organizan a través de una asociación, cien familias de obreros rurales tengan trabajo y estuviera afincados en la zona, 20 secaderos barbacuá estuviera recuperados y mejorados, 20 sistemas de calefacción y combustión mejorados con consumo reducido de leña, hubiera diez marcas de yerba mate barbacuá posicionadas y reconocidas y una marca colectiva de yerba mate tipo barbacuá en el mercado.

“En realidad el interés fue nuestro porque veíamos que la yerba de barbacuá que nosotros tomamos toda la vida es la mejor yerba que existe y no íbamos a tener posibilidades de consumir si ésta acababa. Entonces, nos empezamos a preguntar por qué estaban desapareciendo los barbacuá y a través de esto empezamos a visitarlos, a hacer un relevamiento para ver la situación (...)” (Fragmento de entrevista a los Ingenieros Luis Bárbaro y Osvaldo Sforza, asesores técnicos del Proyecto de Revalorización de los Secaderos Barbacuá.)

Si bien en un principio, estos dos agentes comienzan a poner en marcha el proyecto, son varios agentes colectivos e individuales que se le suman para aportar al proyecto inicial que ha tenido varias repercusiones a nivel provincial.

2 LA DEMANDA POTENCIAL PARA ESTE TIPO DE PRODUCTO

Actualmente se está transitando, en estos tiempos de globalización con muchas contradicciones. Determinadas pautas culturales se imponen masivamente y otras pugnan por sobrevivir y se proyectan modelos culturalmente asociadas al consumo de alimentos y el turismo, que pueden contribuir a imponer “alimentos”, si se considera a la yerba mate barbacuá como tal, generando nuevos mercados para los productores, y resaltando su identidad local.

Se ha discutido desde siempre, a raíz de las observaciones sobre la calidad de la yerba mate, acerca de las diferencias que existen entre los productos dentro de un mismo país, zonas, regiones o localidades, estando a favor de tal o cual clase de yerba mate y otros en contra. Es natural que no todos los productos que se fabriquen con diferentes hojas de yerba sean iguales; al igual que la composición fisicoquímica de los terrenos, las condiciones meteorológicas de la zona, el año, la edad de las plantas y más aún, cuando varía alguna de las formas del proceso de elaboración o conservación del producto: la materia prima que es secada en grandes tubos o a cinta, tarda 3 meses y hasta a veces un mes en salir al mercado; en tanto el estacionamiento de la yerba mate barbacuá después del canchado es de 12 hasta algunas de 18 meses, para luego molerla y envasarla para la venta.

Fabricar productos para satisfacer a todos los diferentes tipos de consumidores en un mismo lugar resulta imposible, primero porque cada consumidor es distinto y segundo porque es preciso dedicarse de lleno a un segmento de demanda, estudiarla, conocerla, ir innovando con ella misma para mejorar la calidad del producto y adaptarse a las necesidades del consumidor, sin que ello implique un vaciamiento simbólico del producto.

Un relevamiento que realizó el INYM revela que la yerba mate está presente en el 98% de los hogares de la Argentina, con lo que demuestra ser un producto absolutamente transversal a todos los niveles económicos y sociales. Este estudio no distingue entre los diferentes tipos de yerbas que hay: a cinta, a tubo, barbacuás, saborizadas u otras. Es por ello que es difícil poder precisar exactamente cuál es la demanda que estaría interesada en consumir, no solo este producto, sino también el tipo de turismo que se ofrecería.

La problemática que se presenta es que al vender el producto a un precio más bajo respecto de otras yerbas, hace que el consumidor, adquiera la yerba sin conocer en muchos casos la calidad, ni el proceso de la elaboración de la yerba, y que, por otro lado, el productor recupere el costo de elaboración y obtenga una ganancia mínima. Es por ello que, en tanto y en cuanto el productor no reconozca el valor de su producto y aumente los costos, la yerba no podrá ser lanzada como un producto Premium que espera una demanda mucho más aumentada, con un poder adquisitivo más alto y con características propias de quienes le interesa la historia, la cultura, el estilo de vida de los productores y sus familias en sus chacras, y reconoce a través de ello, el valor del producto.

3 EL TURISMO PARA UN “SISTEMA PRODUCTIVO TRADICIONAL”

La situación de la demanda, favorece la aparición de un modelo turístico basado en la oferta primeramente de nuevas actividades, mediante el uso y recuperación del patrimonio rural, sus recursos naturales y el estilo de vida rural. El reto es poder planificar en un principio actividades para incorporarlas a la oferta, y a medida que se va consolidando el producto como tal, y se van obteniendo los primeros resultados de la ejecución de las actividades, ir incorporando o invirtiendo capital para el equipamiento turístico.

Antes de pensar en alguna actividad a desarrollar, es ineludible remarcar que es sumamente necesario contar con el apoyo del gobierno municipal para llevar a cabo algunas políticas que intenten sustentar la idea del turismo, pero que también a través de la ejecución de determinadas obras que lo beneficien, estén colaborando con el bienestar del productor.

Los tres municipios en cuestión, poseen problemas en la infraestructura. Las vías de comunicación, el acceso para arribar a las chacras y en algunos lugares

hasta los establecimientos de yerba mate barbacuá se encuentran en pésimas condiciones. Son varias las quejas que se han detectado no sólo en una gestión de gobierno en particular, sino que es un problema que tiene varios años en su haber. Si bien es importante mantener los caminos terrados, para denotar los suelos rojos en contraste con un verde paisaje, es muy importante la accesibilidad sobre todo los días de lluvia, para que tanto la población local como quienes visitan el lugar, puedan programar sus actividades, sin tener que depender de las inclemencias del tiempo.

Por otro lado, la señalización dentro de las colonias es inexistente. Solamente quienes frecuentan el lugar o viven ahí conocen los atajos, desvíos, y específicamente el camino a seguir para llegar a destino. Se destaca los innumerables esfuerzos por parte de los gobiernos municipales en hacer llegar los servicios de luz y agua potable a lugares que se encuentran muy alejados del "centro" del municipio.

Es ineludible remarcar además, que la Asociación de Productores de Yerba Mate en Sistema Barbacuá de a poco va consolidando sus bases para efectuar diferentes actividades que tienen pensadas en conjunto. Una de ellas, quizá una de las más importantes tiene que ver con la conformación de una Cooperativa y a su vez una marca colectiva que represente su producto. A partir de ello, los trámites burocráticos serán más rápidos, y también organizarse a través del turismo para trabajar en conjunto.

4 PROPUESTAS TURÍSTICAS

Si se piensa en el turismo como una economía alternativa que genere renta para estos productores, se piensa en incorporar algunas actividades, que a medida que vayan funcionando, se complementen con equipamiento turístico adecuado, de acuerdo a las fortalezas que tiene la región, aprovechando no solo los recursos patrimoniales e históricos brindado por los barbacuás, sino también por los recursos y atractivos naturales que se observa en el área de estudio.

Quizá una manera conveniente de comenzar, sería que una vez predispuestos los lugares de trabajo (secaderos barbacuás), en donde se observe el orden, la limpieza, posea baños instalados, y una accesibilidad medianamente acorde, una de las primeras actividades que se pueden generar son los VIAJES EDUCATIVOS.

Los Municipios más grandes dentro de la provincia de Misiones, tienen la particularidad de encontrarse dentro de una ciudad y son muy pocos los chicos que tienen acceso y conocimiento de la vida en el campo. Hace varios años que las escuelas primarias, vienen realizando los viajes educativos a granjas, en municipios del interior de Misiones.

Este tipo de turismo hace posible que los alumnos puedan vivenciar diferentes actividades que realizan los hombres y mujeres de la chacra manteniéndose en pleno

contacto con la naturaleza. Dentro de las chacras se pueden realizar actividades que pueden ser programadas con el fin de que los niños puedan adquirir conocimientos y vivencias de una manera diferente a la vida cotidiana.

Otra actividad que se puede realizar es la visita por un día completo a uno o varios secaderos de yerba mate barbacuá para conocer sus principales actividades, degustar comida típica y reconocer lugares aledaños. Una vez incorporado el equipamiento podría pensarse también en la visita de un fin de semana en la chacra, con estadía de dos o tres días para conocer, participar en actividades agropecuarias, disfrutar de actividades recreativas, hospedaje, el folclore y la gastronomía típica.

Los recorridos por la zona en cachapés, cabalgatas, paseos en sulky, pesca en estanques o vertientes de arroyo son algunas de las actividades que pueden comenzar a trabajarse para concretar la actividad turística de la zona.

5 TRANSFORMACIONES EN EL CAMPO Y SITUACIÓN ACTUAL

La historicidad del campo permite, como ya se ha demostrado en capítulos anteriores, observar y comparar detenidamente los cambios o transformaciones ocurridos dentro del mismo.

Económicamente, el cambio estructural producido por la modificación del "Estado desarrollista" constituido ya para la década del '40 en adelante, al "Neoliberal", ha dado como resultado una serie de transformaciones que promovieron la configuración de intereses de los agentes dentro del campo. (GARCÍA DELGADO, 1998, p. 5)

Para comenzar a denotar los cambios, es necesario acentuar algunas cuestiones vinculadas al tipo de trabajo que se realizan en éstos sistemas productivos tradiciones, los secaderos de yerba mate barbacuá, donde no solo los dueños de los secaderos, sino cada una de las familias que trabaja dentro del mismo lleva consigo una historia que es transmitida de generación en generación, que desde niños es adquirida como capital cultural internalizado y fuente de donde se construye la identidad.

Como toda familia, los conflictos generacionales surgen, a partir de que los niños se van convirtiendo en adolescentes, y de adolescentes a adultos. A medida que la variable tiempo va cambiando, éstos mismos agentes están sujetos a las decisiones o elecciones que forman parte de sus intereses individuales, pero que a su vez, indirectamente afecta a cada uno de los miembros de la familia. Está demás decir que los procesos de adolescente-joven-adulto van formando al perfil de las agentes que comparten una trayectoria modal de acuerdo a los estadios históricos, sociales, económicos y políticos de un mismo lugar. Estas épocas históricas descritas con anterioridad, son muchas veces, las que definen los conflictos de una manera muy diferente:

En la década del '70 y previamente a ella, la actividad yerbatera de secansa en barbacuá no era vista de una manera despectiva, por el contrario, era la actividad

primaria y de mayor importancia para las colonias de la zona centro de la provincia. Todos los integrantes de la familia, incluidos los vecinos que no poseían secadero propio, (pero que eran contratados por los vecinos propietarios), se dedicaban a la elaboración de este tipo de producto que era motor de la economía en aquel entonces.

Históricamente, siguiendo la lógica que plantean algunos economicistas, sobre todo, aquellos pertenecientes a la escuela de pensamiento económica austríaca y sus "*modus cogitandi*" acerca de los ciclos económicos y de establecer relaciones que indicarian las preferencias y los cambios socioeconómicos que se producen en los agentes y su interrelación dentro del campo que les ocupa, hace pensar que los ciclos indudablemente no son homogéneos (DIECKOW, 2010).

Se trata de cambios de nivel mundial, que también se podría decir, tal y como lo reproducen los agentes, "*un cambio de época*", que se escenifican de maneras específicas y tienen distintas "*vistas tomadas a partir de un punto*" (BOURDIEU apud NIDING, 2003, p. 16) siendo posible identificar a una primera etapa o ciclo que va desde los años '60 a mediados de los '70 respondiendo a las modulaciones internas que existe en nuestro país pero que también se encuentra muy marcada por tendencias internacionales; y otro segundo ciclo que comienza después de la vuelta de la democracia y sigue hasta la actualidad. Se podrían denotar así dos cuadros de época en los cuales los jóvenes de cada período ocupan un lugar peculiar y ya "*no son los mismos que antes*". (Frase de entrevista, ALFREDO GRUDKE, Octubre 2012)

La crisis económica internacional que comenzó a desarrollarse en los inicios de la década de 1970, con la crisis del dólar primero y la del petróleo después, creó una amplia disponibilidad de capitales. La Argentina vivió desde fines de los años '60 y principios del '70 un proceso de agudos conflictos sociales y políticos nombrados ya en capítulos anteriores, pero es necesario retomarlos para poder explicar algunas cuestiones que hacen a los cambios socioeconómicos ocurridos.

En 1976 se produjo un punto de inflexión en la historia del país, que no solo significó el terrorismo de Estado y la pérdida de varias generaciones futuras de líderes políticos, sino también la reformulación del papel del Estado y la modificación de la estructura económica. Hasta mediados de los '70, el país tenía un aparato industrial con problemas pero de dimensiones respetables,

guardaba ciertos niveles de protección, controles de cambio, tasas reguladas de interés, un sistema financiero bastante controlado y a pesar de diversas crisis en la balanza de pagos y procesos inflacionarios, tasas de crecimiento relativamente buenas y sostenidas, especialmente entre 1964 y 1974 (FERRER, 2008, p. 269).

Esto se destruyó y en cambio, se promovió la desregulación financiera y la apertura indiscriminada de la

economía, que afectó a la balanza comercial y a la cuenta corriente de la balanza de pagos; se produjo un fuerte proceso de desindustrialización y reprivatización de la economía y se estableció un sistema de pre convertibilidad que se llamó "tablita cambiaria". (FERRER, 2008, p. 270-275).

Si se comparara a la juventud de los años '60 con los de los '80 los resultados tienen un saldo negativo. Los agentes que hacen a las épocas históricas, definen los conflictos de manera diferente y al interior del campo, se precisa la posición de una perspectiva generacional particular.

Si bien las comparaciones de agentes son en algunos puntos posibles, su recurrencia y necesidad son síntomas que expresan un modo de comprender el significado de lo histórico por la atribución de sentido que en ellas se le da al presente. Es decir que más que comparar generaciones hay que comparar sociedades en las que conviven generaciones diferentes. Para decirlo con una frase ilustrativa, en algún punto "*los jóvenes de hoy son consumistas y los de los años '60 politizados*". (Fragmento de entrevista a LUIS BÁRBARO INTA, Oberá, Noviembre de 2012)

6 SER JOVEN AYER Y HOY

Durante los años 60-70, los agentes del campo yerbatero barbacuense se vieron impulsados masivamente hacia la participación en todas las esferas y movilizó políticamente sectores cada vez más amplios, previamente retraídos o indiferentes en relación con las cuestiones públicas. Uno de esos movimientos en la zona centro, fue el MAM. Los jóvenes de aquellos años, (hoy, propietarios de secaderos Barbacuá en su mayoría), conformaron su experiencia en un contexto social, tecnológico, económico y cultural totalmente diferente al actual, por ello sus comportamientos, compromisos y expectativas son notablemente distintas respecto de la de sus mismos hijos, y eso se demuestra en las entrevistas realizadas en el trabajo de campo.

"Antes, vos tenías un barbacuá, tu familia tenía uno y eras 'el rico'. Todos venían a pedir trabajo en tu barbacuá, en tu chacra (...) ahora a mis hijos le da vergüenza decir que tienen un secadero barbacuá en la casa (...) Decir que tenés un barbacuá en tu casa es como decir que tenes un dinosaurio en tu casa y la gente te juzga" (Fragmento de entrevista a SILFRIDO FRIEDEMBERG, Agosto 2012)

El modelo productivo de los años '60-'70 a nivel mundial funcionaba con premisas organizativas integradoras. Las prácticas productivas se organizaban tal como lo reproducía el modelo conocido como fordista-taylorista. Esta logística de la producción económica apuntaba a un objetivo central: la obtención de ganancias a través de una creciente inversión en productividad. Esto es el aumento del volumen de lo producido, consumiendo

más energía, empleando más fuerza de trabajo o utilizando maquinarias cada vez más modernas (DIECKOW, 2010). Sin embargo, la cantidad de secaderos de yerba mate barbacuá ubicados en toda la provincia, sumado a los que se encontraban en Paraguay y Brasil, podían satisfacer con toda la demanda. Es por ello que ninguno tenía necesidad de ampliar los secaderos, a menos que se produzca algún por menor (como es el caso de los incendios, en donde se aprovechaba la pátida para remodelarlo y acondicionarlo).

Por otro lado, la Segunda Guerra Mundial en Europa provocó que las inmigraciones al país dejaran un legado importante en cuanto a cultura se refiere. Los cambios producidos en lo político, económico, social y en lo cultural provoca una distancia que separa a los jóvenes de entonces (década del `60) respecto de sus padres o abuelos inmigrantes, (jóvenes de los años `30) que habían aprendido duramente a hacerse nacionales, a querer estas regiones generosas y a ostentar con orgullo la cultura en la que habían crecido, no perdiendo sus costumbres pero permitiendo una mixtura entre lo que habían traído y lo que habían encontrado, construyendo así, su futuro. Si se pueden observar diferencias entre ellos, sin dudas que los jóvenes de hoy poseen aún más diferencias ideológicas con respecto a sus padres.

Para los años `80 la situación descrita con anterioridad había cambiado notablemente, y el panorama era otro. Nuevamente son los cambios producidos en las esferas macro los que han conmovido a la Argentina, sobre todo después del año `76, tiempos de dictadura militar, afectando principalmente las formas de la participación no solo políticamente, sino al concepto de participación general, en donde ser joven, tenía una concepción diferente a los del `60 (FERRER, 2008, p. 270-275).

Los secaderos de yerba mate barbacuá no tienen posibilidad alguna, para salirse de un patrón preestablecido, para fabricar diversos tipos de productos. La ingeniería "fordista", según García Delgado, "armaba el proceso de producción pensando en un producto que, con muy pequeñas variaciones, se trataba de repetir lo más eficientemente que se pudiera, en el mayor volumen de producción, a un precio relativamente aceptable para venderlo en el mercado". (GARCÍA DELGADO, 1998, p. 115-116). Pero en el caso de este tipo de yerba, una vez agotada la materia prima, el producto que sale a la venta después de esperar el tiempo que cada familia proponía para el estacionamiento, es vendido hasta agotar *stock*.

Anteriormente a la época de secaderos a cintas, los "barbacuás" no tenían competencia alguna, ni siquiera entre ellos mismos, ya que solventaban a toda la demanda en un mercado regional y nacional ampliamente.

Sin embargo la globalización, y la introducción de la microelectrónica hizo posible la flexibilización técnica de los sistemas productivos: con herramientas reprogramables y con sistemas inteligentes de relación entre puestos de producción, los secaderos tradicionales, organizados en torno a un sistema de flujo fijo y constante,

comenzaron a tener problemas ante la aparición, de secaderos a cinta, que si bien ya existían, se tornaron cada vez más aceptables y por sobre todo rentables y viables económicamente para quienes son hoy grandes exportadores y empresarios yerbateros.

A mediados de la década del `80, son muchas las empresas yerbateras que incorporan nuevas modalidades tecnológicas a la producción del caá y son cada vez más los acuerdos entre nuestro país y el exterior por exportar el oro verde. Paralelamente, los secaderos de yerba mate barbacuá en la provincia de Misiones, disminuyen notoriamente, cerrando sus puertas y dejando a muchas familias sin trabajo. Estos cierres, en casi un 90% se producen por los costos económicos que imposibilitan mantener la producción y la calidad de la yerba que se vendía y por la imposibilidad de competir con los grandes volúmenes de los secaderos de altas tecnologías.

Al cerrarse los secaderos, quienes poseían materia prima en sus chacras, eran tentados por los agentes propietarios de grandes marcas, a la venta de las mismas por los precios que acordaba en ese entonces la CRYM. Sin embargo los procesos de producción eran totalmente diferentes a los que los barbacuá estaban acostumbrados. Como cada familia tenía un modo propio de producción, las pequeñas compras de yerba a diferentes productores, sumadas a la que se hacían en estos establecimientos, permitió de algún modo "crear" nuevos tipos de yerba, generando "blends" y nuevos productos para "nichos de mercado".

Esta nueva "era" a la que se denomina "postfordista", que organiza la producción en torno a otros conceptos. Como detalla Ferrer, "*las ganancias en las empresas se procuran de una manera diferente siguiendo otras estrategias. No apuntan a la saturación y competencia cerrada en un mercado generalizado, sino explotando la segmentación de múltiples mercados, lo que en términos técnicos se llama "nichos de mercado. (...) Los ciclos de ganancias entonces se vuelven más nerviosos, más inestables, y la estrategia que mayores beneficios que se obtiene es la más creativa, la que más pueda diversificarse en el menor tiempo"* y esto, por supuesto que tiene consecuencias decisivas en el escenario social.

Dada esta situación es que la producción de yerba mate, trata de adaptarse rápidamente a la demanda, cubriendo sus variaciones o tratando de estimularlas, diversificando la oferta y la segmentación del consumo; es así que surgen las yerbas saborizadas, las denominadas, ecológicas, naturales, de selección especial, con hierbas, etc.

En términos generales, si la dinámica de la producción previa tendía a homogeneizar los distintos tipos de consumidores hacia un mismo tipo de producto con un mismo nivel de poder adquisitivo (motivado por el rol redistributivo del Estado) este nuevo esquema invierte la ecuación pues tiende a diferenciarlos, y a separarlos entre sí. Ahora bien, son justamente los que producen estos tipos de yerba quienes mantienen una posición dominante en lo que a producción se refiere, ya que, los tiempos de secado y

de estacionamiento son más cortos, exportan yerba a otros países en grandes volúmenes, y es así que los secaderos barbacuá se ven en desventaja antes estas diferencias.

Un efecto socioeconómico positivo que surge a partir del discurso pronunciado por un agente con posición dominante en el campo como lo es el gobernador de la provincia en el año 2013, ante la reinauguración de los secaderos de Yerba Mate Barbacuá en Colonia Guaraní, hace posible que este tipo de yerba pueda ser pensada como un producto Premium, para un segmento de demanda distinto y que la venta no sea solamente de productor a comprador, sino que la cadena se amplíe y pueda llegar a diferentes partes del país de manera constante. Esto hace que los agentes en una posición dominada puedan obtener un lugar mediante estrategias de reproducción de los agentes dominantes, dándoles la posibilidad de posicionarlos como un producto Premium diferenciándose dentro del campo de juego, sin desanimar a quienes les son funcionales dentro del mercado global y que producen en grandes volúmenes para la exportación

Si antes el esquema productivo iba de la producción al consumo, estimaba sus costos, preveía el comportamiento de la demanda, diseñaba una estrategia global y luego se comprometía en bloque a cumplir con los objetivos, para lo cual necesitaba sincronización, cálculos, planificación y colaboración, hoy, las cosas se han invertido.

Con las nuevas tecnologías más flexibles y las nuevas formas de organización del trabajo, ya no se produce más que lo que pide la demanda, sino todo lo contrario. Esta manera, altera la forma de calcular costos, de almacenar materias primas, de contratar mano de obra. Para decirlo de modo exagerado, actualmente los grandes molinos de yerba mate, primero venden, y luego producen. Y esto es justamente la lógica contraria que expresan los secaderos de yerba mate barbacuá y que a pesar de la incorporación de la tecnología adecuada, no pueden ajustarse a esta lógica de mercado.

Sin embargo, producir este tipo de yerba al año 2013, contando con la legitimación del agente que se encuentra en la mejor posición hace posible que se apunte a un segmento de mercado, (o más reducido, a un nicho de mercado), produciendo menor volumen, pero mayor calidad y de un precio alto para explotar las oportunidades al máximo.

7 IMPACTOS SOCIOECONÓMICOS DENTRO DEL CAMPO YERBATERO BARBACUENSE A PARTIR DE UNA PROPUESTA TURÍSTICA

Si partimos de que el turismo es un subsistema que forma parte de un sistema más amplio, como lo es el sistema global y, que a su vez, éste está conformado por los subsistemas: social, político, económico y el cultural, entender los cambios que acontecen en el turismo pasa por concebir que también se producen alteraciones en

cada uno de ellos, haciendo que se produzcan efectos directos o indirectos. Y esto a la vez guarda una relación que involucra las tendencias que se da en turismo, tanto en la oferta como en la demanda y las diferentes formas que adquiere la estructura de la sociedad, condicionando al turismo en sí mismo.

La influencia de los distintos subsistemas en la estructura que adopta el sistema global del turismo es tan fuerte, que son en su mayoría los factores exógenos los que van a condicionar al turismo más que las propias acciones endógenas. Pensar en incorporar al turismo como una alternativa económica para pequeños municipios, cuyas economías son sumamente primarias, es por un lado una posibilidad vista como muy positiva, pero que a su vez tiene una mirada diferente.

No solo en Argentina, sino que en todo el mundo, muchos proyectos turísticos rurales han fracasado, dejando prácticamente en la calle, a quienes habían apostado por el todo de la actividad. Esto en gran parte conlleva a la frustración, desgaste personal y empresarial, contagio social y siembra de dudas a otros nuevos emprendimientos, incluso para aquellos agentes que nunca habían pensado este tipo de alternativa.

La falta de profesionalismo, y la búsqueda de oportunidades fáciles hacen que la mayoría de los proyectos que fracasan en turismo rural, (en cualquiera de sus formas) planteen un discurso sumamente alentador y de ingresos económicos rápidos para la comunidad o el centro receptor. Es por ello que muchas veces los discursos de “estos agentes profesionales” abocados únicamente a obtener renta, olvidan mencionar que el turismo NO sustituye a la principal fuente de ingresos que en este tipo de localidades, generalmente son la agricultura y la ganadería, constituyéndose en la historicidad del campo como actividades motoras de la economía local y actual.

Por otro lado el fenómeno migratorio de agentes locales a los principales centros de servicios era una de las principales problemáticas y preocupaciones de los municipios que componen este campo yerbatero barbacuense ya que cada vez se tornaba más insostenible el mantenimiento de los secaderos de yerba mate barbacuá, muchos vecinos e inclusive, los hijos de los inicialmente barbacuaceros, apostaron a instalarse en las ciudades en búsqueda de mejores oportunidades.

Algunos de ellos, lo consiguieron, pero la mayoría fue parte del cinturón de pobreza que junto con otras personas, de otras partes de la provincia y en condiciones similares, abrazan hoy principalmente a la ciudad de Oberá. Las bajas poblacionales y los cierres de secaderos de yerba mate barbacuá que se producen en la zona de estudio desde los años `80 aproximadamente se han visto revertidas hace pocos años atrás, cuando desde varias instituciones gubernamentales como el INTA, han presentado varios proyectos para que los agentes tengan recursos y más oportunidades para quedarse en sus chacras.

La apertura de escuelas, en principio, primarias rurales y luego de escolaridad secundaria, ha permitido que las familias no deban pensar en trasladarse a las ciudades para obtener educación. Por otro lado, los programas rurales como PROHUERTA, Ferias Francas y particularmente el que tiene que ver con secaderos de yerba mate barbacuá elaborado por el INTA, hicieron que varios secaderos sean reinaugurados con nuevas tecnologías, sin que éstas modifiquen la calidad del producto final, y a su vez que muchos jóvenes se involucren nuevamente con las actividades rurales.

Cuando el desempleo se convierte en una amenaza tiene efectos disgregadores a nivel social. A nivel subjetivo y personal, una situación de escasez de empleo, disciplina al trabajador, lo vuelve temeroso, dócil, conservador, proclive a aceptar las condiciones que se le imponen, en cuanto a las tareas que debe realizar, en cuanto a un nivel de remuneración, entre otros, ya que si no las cumple sabe que hay muchos codiciando su lugar, dispuestos a todo. Según García Delgado: *“El empleo va cambiando de ser un derecho a convertirse en un privilegio y el trabajador empleado un ser agradecido por la suerte que le ha tocado, situación en la que defiende lo que tiene a costa de la solidaridad”* (GARCÍA DELGADO, 1998, p. 233).

En la historicidad del campo, también es cierto, las reivindicaciones históricas, se pierden. Los sindicatos pierden fuerza. El sector trabajador, mientras menos estratégico sea en estos nuevos esquemas, más perjudicado se verá y particularmente en este caso, agentes políticos mantienen la misma estrategia de reproducción para lograr mantener su posición. Esto también habla de fragmentación en el mundo laboral, ya que por tareas y remuneraciones los intereses se vuelven cada vez más heterogéneos y difíciles de conciliar, sobre todo si quienes son conocedores de la actividad, integran una institución de alto rango o de mayor poder.

Abrir más secaderos de yerba mate barbacuá e incorporar actividades turísticas, que involucren a los productores, sus vecinos y sus familias, hace que también se necesite mano de obra. En lo que a turismo refiere, los empleos directos o indirectos. En lo que refiere a los primeros se verían afectados todos aquellos que se relacionen directamente con la actividad yerbatera barbacuense o aquellos que inviertan de manera empresarial (como equipamientos turísticos, sobre todo restaurantes u algún tipo de alojamiento, dado que por la zona son extremadamente escasos). En tanto, la generación de empleo indirecto acompañando el desarrollo de la actividad turística prevé mayor inversión en equipamiento e infraestructura a corto plazo, lo que generará nuevos puestos de trabajo.

De esta manera se puede prever un aumento de la tasa poblacional, la cual indiscutiblemente ayuda a los municipios y mantener las actividades rurales de la zona, que sin dudas son las que abastecen a las ciudades con materia prima.

El turismo se debe presentar como una alternativa para aumentar los ingresos de quienes, asumen un costo de

oportunidad. De otro modo, apostar por el turismo, relegando otras alternativas que son potencialmente rentables es una decisión que se debe asumir entre todos los agentes.

A su vez, los cambios técnicos, con la llegada de la globalización, han alterado completamente el mundo de la producción en la medida en que han incidido drásticamente en la forma de circulación de factores económicos de importancia. Para la producción de la actualidad cada vez son más importantes los saberes especializados, los que apuestan a aquellas oportunidades (DIECKOW, 2010, p. 153) de las que se planteaba más en párrafos anteriores.

Actualmente se observa que poner en circulación productos yerbateros con diseños de todo tipo, asesorías, consultoría financiera, jurídica o técnica, publicidad y marketing, estrategias de productos, recursos humanos y personal, entre otros, son los rubros que mayor incidencia tienen en los productos finales, sean del tipo que fueren. Y esto tiene que ver con el cambio de actitud de la demanda: cantidad por calidad.

Quienes beben cotidianamente yerba mate, pueden demostrar de manera sensorial los cambios que se producen al tomar una yerba y no otra. Si bien, en capítulos anteriores se ha escrito sobre el tema, esto tiene una fuerte vinculación dentro de lo que es el mercado turístico y el impacto que pudiese tener, el involucrar actividades rurales dentro del campo.

Diferenciar las yerbas, por la manera en que se producen y que éstas tengan una distinción Premium, hace, que se genere un tipo de demanda diferenciada y que por *“ley de homologación”* según Bourdieu y aplicándolo al campo, el turista, es decir este nuevo segmento de demanda que va a realizar las actividades de propuesta rural, tenga características similares a los oferentes potenciales. Poder planificar actividades rurales y vinculadas a la temática hace que el consumidor hoy, se sienta diferente y con experiencias únicas, tan únicas como el producto de Yerba Mate Barbacuá con valor Premium.

Otro impacto que puede surgir a partir de incorporar actividades turísticas en principio, de bajos costos hasta conseguir implementar la infraestructura necesaria hasta luego incorporar la planta turística, hace indiscutiblemente que surja la posibilidad de potenciales inversores privados.

Por otro lado, cabe considerar las fuertes inversiones económicas turísticas (sobre todo aquellas que se han visto en los últimos años en la provincia), tanto públicas como privadas, para dotar al destino de los equipamientos e infraestructuras necesarias. He aquí dos consideraciones posibles:

Muchas veces este tipo de inversiones exige un “desembolso” económico importante que en ocasiones no puede realizarse sin acudir a financiación externa. Particularmente y para este campo, no se debiesen realizar inversiones extranjeras ya que el pago de los intereses constituye un costo adicional que hay que tener en cuenta a la hora de valorar los montos totales de la actividad turística y por otro lado, el mismo al ser privado, puede convertirse en un enclave turístico, dejando de lado

el cooperativismo, el compromiso con el “agente local” y el desarrollo del destino.

El desarrollo de la actividad turística y su intensificación en la zona generalmente provoca un proceso de aumento de precios (inflación). Este proceso inflacionista depende, por un lado del poder adquisitivo de los turistas en contraste con el de la población local. Pero existe otro proceso inflacionista importante a destacar: la “*Especulación del suelo*”, que destaca particularmente Villamil (1989), en donde las compras de los terrenos o inmuebles a los propietarios del lugar, para posteriormente ser vendidos (fluctuando el precio del mercado), se cotizan a un precio muy superior, comúnmente en divisas, obteniendo beneficios económicos. Es tal la presión, que el local se ve obligado a vender, perdiendo no solamente sus bienes, sino su patrimonio e identidad. Es así que el suelo se convierte en un bien escaso, en un espacio territorial determinado (limitado por la proximidad y la centralidad), compitiendo con otras actividades económicas.

Pero, por otro lado y con una visión más optimista, la conformación definitiva de la Cooperativa de Productores de Yerba Mate en Sistema Barbacuá, les otorgaría entidad legal para obtener de una forma más rápida algunos préstamos o subsidios estatales. Los mismos serían utilizados (una vez finalizadas las obras completas de infraestructura y restauración de los secaderos) para la implementación de equipamiento, viendo en cada caso y dependiendo el municipio al cual estén afectados, la inversión correspondiente.

Dentro de este campo, también es necesario adentrarse a una situación particular en lo que respecta al ámbito sociocultural. Una cuestión que es realmente sorprendente para el investigador, tiene que ver con la visión del mundo que tienen los agentes propietarios con respecto a sus propios secaderos. Situaciones fuertes en lo que refiere a la identidad colectiva y que tiene que ver con el patrimonio (del cual se desarrollará mas adelante) pero que hace sumergirlos en una crisis que es necesario atravesar o resolver.

Antes de que existiese el proyecto de la puesta en marcha de “rescate y valorización de la yerba mate producida por pequeños productores”, los jóvenes de aquellos años `60 e inclusive sus hijos, admiten no reconocerse “por vergüenza” a pertenecer. Teniendo en cuenta los fragmentos anteriores, es necesario acentuar una problemática que se presenta desde el inicio de la identidad de los más jóvenes. Sus padres, e incluso ellos mismos, reconocen sentirse avergonzados por tener un secadero con esas características en sus chacras.

Si desde el inicio de la actividad existen dificultades para reconocer a los secaderos barbacuá como propio, es muy difícil que puedan ser ellos mismos, quienes enseñen a otros (turistas/visitantes) acerca de su cultura y el patrimonio del que no se sienten parte. Es curioso, el cambio de actitud que toman los agentes, al notar que hay otros que admiran y tratan de ayudarlos a preservar lo que ellos de cierta forma trataban de “ocultar”.

Esta problemática sociocultural no solo acarrea un problema de identidad, sino que si no es tomada en serio desde cada una de las familias, incorporar actividades rurales puede resultar sumamente peligroso. Aprovechando de la sapiencia de los padres (a quienes los mas jóvenes conservan y guardan mucho respeto) se debe “educarlos” desde la importancia que contiene cada uno de los secaderos para las familias actuales y sus antepasados, el valor que guardan, no solamente en lo que respecta a lo económico, sino de un modo sentimental-familiar y los tiempos que deben mantenerse para la producción.

Se considera sumamente importante, por ello, trabajar ante este tipo de impactos, ya que puede afectar de una manera significativa no solo en los momentos previos a la incorporación, sino durante el intercambio cultural que se produciría entre la llegada de los visitantes/turistas y los agentes locales.

Por otro lado, los procedimientos para la elaboración de yerba mate barbacuá se podrían ver alterados ante la llegada excesiva de visitantes, sumadas a las propuestas tentativas de cadenas comerciales o diferentes canales de ventas, exigen a los productores mayor cantidad de volumen de producción del que ellos pueden elaborar. Esto significaría: disminuir los tiempos de producción para poder aumentar el volumen, de modo que las ventas también se encuentren en alza, pero corriendo el riesgo de que el producto se vea afectado en la calidad por corromper la cadena de tiempo, que llega en algunos casos de 12 a 24 meses de estacionamiento (antes de la molienda)

Los municipios que forman parte del campo, actualmente no tienen vinculación muy directa con el turismo y la población no percibe los impactos negativos ambientales, (a diferencia de otros centros mayores) ya que no existe el turismo masivo. La idea es mantener y planificar turismo en torno a la base de la vida rural de estos mismos agentes locales, con el tipo de características de un tipo de turista, que sea capaz de consumirlo es decir, que sea diferenciado. De ese modo, el mismo tipo de producto turístico que se vende imita al producto que se produce. Si la demanda es diferenciada y Premium, el turista es único y exclusivo. Es así como en poco tiempo el destino se puede considerar como auténtico.

8 EL PATRIMONIO CULTURAL EN TIEMPOS DE LA “GLOBALIZACIÓN”

Si bien, el concepto de patrimonio utilizado en el marco teórico de referencia, sirve para dar forma al concepto ajustable en campo, se es necesario explicar algunas causales del mismo, sobre todo para este campo que guarda ciertas particularidades.

El patrimonio, está ligado a la memoria colectiva, lo que sería en términos Bourdieusianos a la trayectoria modal de los agentes que componen el campo yerbatero barbacuense, y por ende a la construcción de ese colectivo social. Existe entonces, un proceso de patrimonialización

que responde en primera instancia a una demanda social de memoria que los conduce a la búsqueda de sus orígenes, la continuidad en el tiempo, los agentes intervinientes y la valoración del patrimonio a lo largo de la historia para llegar a construir la Identidad.

El patrimonio cultural es atravesado a su vez, por un proceso económico mayor que es ineludible: la globalización. En términos económicos actuales, donde el capitalismo y el neoliberalismo “exigen” que las actividades productivas obtengan un máximo rendimiento al menor costo. Este neoliberalismo incita al libre intercambio de bienes que hace no solo que el Estado se retire del mercado, sino también se libere de sus responsabilidades sociales y el traspaso de la gestión de los bienes culturales a la iniciativa privada con el pretexto de rentabilidad (GARCÍA DELGADO, 1998, p. 186). Es sobre este tipo de causas, que se producen las crisis socioculturales, de las que describimos con anterioridad.

Particularmente al campo del que nos referimos, el patrimonio cultural es por su propia naturaleza “diferente” respecto de otras. Siendo en primera instancia de carácter inmaterial o intangible, (cuando se habla de capital cultural incorporado, y de los saberes que son transmitidos de generación en generación solamente por ese grupo determinado) y por otro lado, el patrimonio cultural material, (como lo son las construcciones con la que producen el producto). Estas características entran en contradicción directa con la lógica homogeneizadora de los mercados globales, que necesitan de consumidores estandarizados y es por ello que este tipo de “patrimonio cultural” es visto de manera diferente entre aquellos que fueron partícipes con mayor ímpetu del proceso de globalización, de los que adquirieron hábitos y pautas radicalmente incompatibles de con la dinámica imperante.

La globalización, trae aparejado otro proceso que lo podemos llamar “Glocalización”. Aunque muchas referencias sitúan a Ulrich Beck como el creador del término y su difusor, el primer autor que saca a la luz explícitamente esta idea es Robert Robertson. En donde explica que si bien, “*la globalización significa “des-localización”*”, supone también, la relocalización de las empresas que producen (y comercializan sus productos) globalmente. Según Robert Robertson:

En el mundo de la producción capitalista, donde todo lo que se produce está destinado a mercados crecientemente globales, la adaptación a condiciones locales y particulares no es simplemente un caso más de respuesta comercial a la variedad global existente. Sin embargo la heterogeneidad que es provocada justamente por este proceso, no existe por si misma; por el contrario, hay varios intereses que hacen a la conformación de su existencia. Es aquí donde la Glocalización hace posible la creciente demanda de consumidores diferenciados y la “invención” de tradiciones de consumidores, ya que por decirlo de alguna manera “*la diversidad y la innovación, venden*”. Desde el punto de vista del consumidor esta

diversidad puede ser el un basamento significativo sobre la que se forma su capital cultural (BOURDIEU, 1984).

Con respecto a lo material como en lo inmaterial, sucede algo muy parecido. Muchas de las tradiciones o de los diferentes aspectos que conforman el patrimonio están desde hace un tiempo, desapareciendo, entonces se patrimonializan y se aprovechan como recursos turísticos. Esto influye en la configuración de la realidad, intentando superar tradiciones culturales para satisfacer necesidades distintas a las del pasado pero con el agregado de la autenticidad: “*conservando los mismos rituales que traían nuestros abuelos, nuestros padres y agregando el aporte nuevo que pueden brindar los jóvenes barbacuaceros*” (Fragmento de entrevista a OSVALDO SFORZA, INTAAER OBERÁ. Agosto 2012)

En INTA, como institución que genera el proyecto inicial a partir de los Ingenieros Sforza y Bárbaro, apuestan por la revalorización de las señas de identidad local, rechazando la degradación del patrimonio urbano.

La conversión de los municipios como antiguas periferias obreras, en centros receptores turísticos permitiría homogeneizar una particular versión de la historia, del patrimonio urbano y de la identidad para así legitimar y rentabilizar las actuales transformaciones sociales. Sin embargo este nuevo significado o relectura ideológica asignado a los espacios y su memoria no es el único sino que coexiste con interpretaciones alternativas que parten de identidades sociales

En el marco de los conflictos asociados al proceso de glocalización anteriormente referidos en el que surge y se desarrolla este tipo de asociaciones que, en la diversidad, generan incertidumbre y vértigo y temor ante el riesgo de pérdida de lo propio, es por ello que resulta muy bueno e indispensable consultar en las plataformas de pensamientos de acción desde las que se difunde la idea de que es necesario proteger el patrimonio porque este constituye el símbolo de identidad.

En su heterogeneidad, los movimientos o instituciones sociales que generan conciencia en cuanto a la recuperación del patrimonio coinciden en su oposición a la dinámica de la globalización y en que constituyen construcciones ideológicas de la identidad comunitaria.

Tras el reconocimiento del valor social de un determinado bien, los usos posteriores suponen una nueva etapa de confrontación entre sectores sociales antagónicos que pugnan sobre los modos de activarlo. De acuerdo a García Canclini:

“como espacio de disputa económica, política, simbólica, el patrimonio está atravesado por la acción de tres tipos de agentes: el sector privado, el Estado y las instituciones o movimientos sociales. Las contradicciones en el uso del patrimonio tienen la forma que asume la interacción entre estos sectores cada periodo” (GARCÍA CANCLINI, 1999, p. 19).

Como en este caso son municipios que apostarían al turismo rural es bueno que se tomen medidas preservadoras del patrimonio cultural para que la población local no vea a esta nueva actividad como un peligro de destrucción de dicho patrimonio, sino que perciba al turismo como garante de su duración.

9 CONCLUSIONES

Queda comprobado que las causas que provocaron el cierre de varios de los secaderos de yerba mate barbacuá desde la década del '70 a la actualidad tuvieron que ver con las sucesivas crisis económicas y sociales que atravesaron los productores y que tuvo su máxima acentuación con el proceso de la globalización. En el marco de un capitalismo globalizado la reestructuración organizativa de los sistemas estructurales y funcionales del espacio han producido dos transformaciones diferentes: Por un lado, hay monopolizado la venta de productos estándar, de modo que se van cerrando los secaderos de yerba por no poder contar con capital económico para sostenerse con dos años de contra-reloj porque en sí mismo el producto no se ajusta a los tiempos del mismo mercado. Y por otro lado las explotaciones agropecuarias pueden "reconvertirse" para hacerse más competitivas frente a la crisis: El sector agropecuario involucrado en el marco de esta competitividad no siempre resulta beneficiado, pero posibilitan, a través de los mismos cambios del mercado y las pautas de consumo, diferentes impactos que pueden ser utilizados como fortalezas y oportunidades dentro de las condiciones productivas y de vida de los agentes sociales intervinientes.

Son los procesos políticos, económicos, culturales y sociales que ocurren en la historicidad del campo la causa de los cierres de los secaderos de yerba mate barbacuá. El proceso de la globalización, trae consigo, la preocupación de una creciente demanda por consumir yerba. Esto hace que la oferta deba acelerar los procesos de producción, creándose así las empresas yerbateras más grandes del país con la incorporación de nueva tecnología, y con más capacidad de producción (volumen), siendo éste el punto de inflexión para explicar los causales de cierre (cada vez con más frecuencia) de muchos secaderos barbacuás. El cambio tecnológico es una de las principales variaciones, así como el cambio en la cultura y en las tradiciones de los consumidores actuales, como así también, de quienes la producen, y quienes legitiman la práctica.

La constante evolución de la tecnología ha generado un cambio en los hábitos de consumo que afecta de sobre manera a estos sistemas productivos tradicionales. Por otro lado los costos que afronta un secadero barbacuá no se compara con otros, como los de cinta o granel, ya que dado el tiempo de estacionamiento es necesario contar con gran capital económico capaz de sostener a la producción durante 12 o 24 meses antes de sacar el producto final a

la venta pero ante la ley funcionan de la misma manera. Es decir que a pesar de que trabajan durante 6 meses y no todo el año como los demás, deben afrontar los costos fijos de los impuestos al fisco, el blanqueo del personal en conjunto con las cargas sociales, más los costos variables que pudiese tener cada uno, sin obtener ninguna ganancia durante el periodo de tiempo que cada cual considere. Ante estas aclaraciones es que no es posible de ningún modo competir en este tipo de mercado. Por otro lado, aquellos que sobrevivieron a lo largo de la historia son los que de alguna manera, los que pudieron ajustarse a algunas de las exigencias para ser parte, a pesar de estar en una posición subalterna en el campo.

Es así, que la posibilidad de comercialización de productos "DIFERENCIADOS" comienza a ser opción de consumo de quienes quieren distinguirse por sobre los demás demandantes acerca del consumo de yerba mate: en este caso, la yerba mate barbacuá.

Aun así los secaderos de yerba mate barbacuá no tienen ni intenciones ni posibilidades de competir con las "grandes marcas", pero a muchas de éstas últimas no les beneficia la continuidad de la asociación, ya que algunas de ellas son compradoras de la yerba secada en barbacuá para lanzar productos Premium. Si éstas se unen conformando una Cooperativa y lanzan una marca en conjunto, quienes tengan secadero, además de producir su yerba, el restante será destinado a la venta del "blend" que conformaran; y por otro lado quienes no posean secaderos pero si yerba que se destina a ese tipo de secaderos, (se supone) dejarán de vender su yerba a las grandes empresas yerbateras, para obtener mejores precios y beneficios dentro de la cooperativa.

De esta forma se vinculan dos aspectos propios de una misma realidad, por un lado los Barbacuá que realizan mínimos cambios para adaptarse a las transformaciones, producto de políticas macroeconómicas coyunturales, sin modificar la calidad y por otro lado aparece el Turismo Rural, como una de las múltiples estrategias, que se perfilan como actividades posibles de responder a estos cambios.

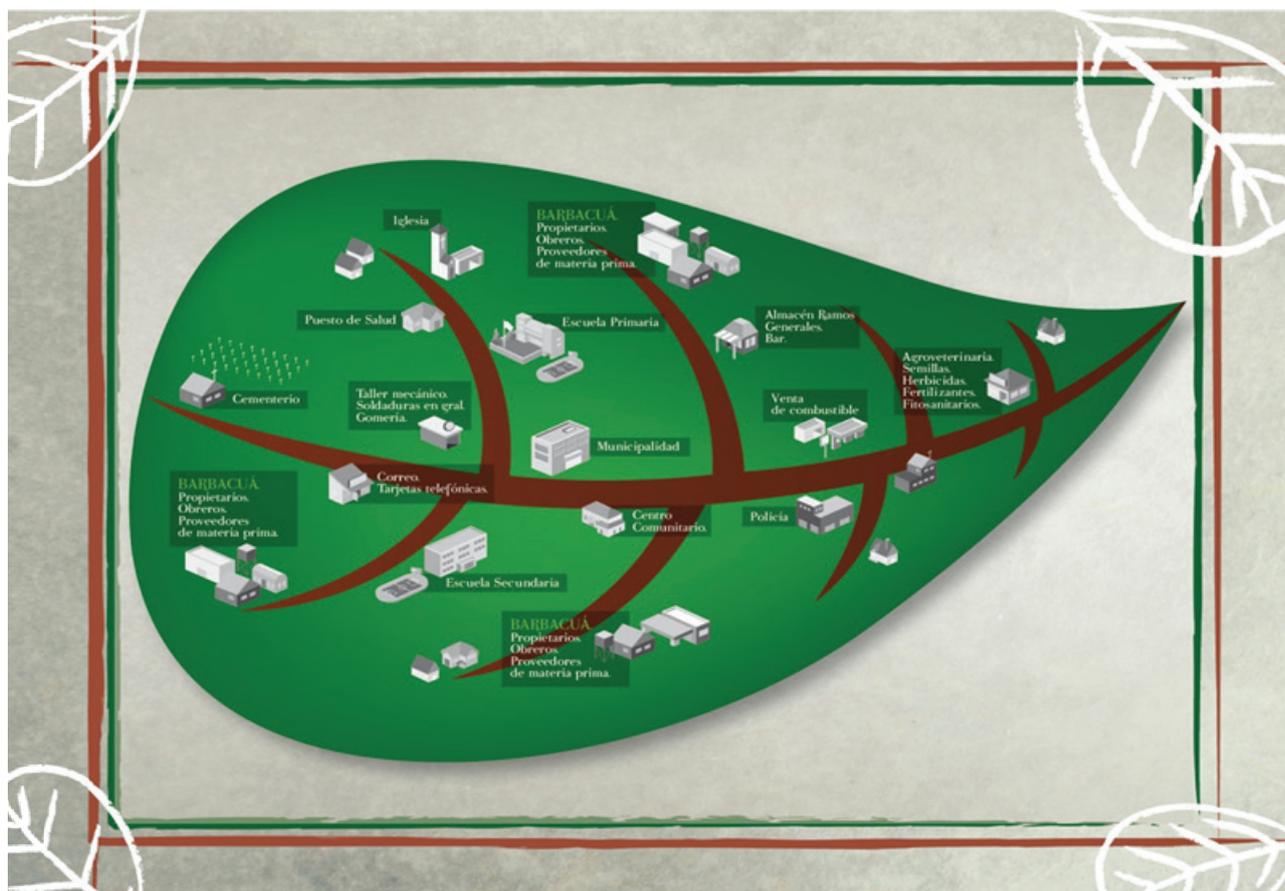
Los cambios que se producen, llevan consigo una serie de transformaciones que deben ser tenidas en cuenta y analizadas, sobre todo si se piensa en el turismo como una estrategia de *diversificación y complementariedad* de ingresos para estas comunidades y familias rurales, convirtiéndose en un brazo que alcanza a ramificarse para producir un derramamiento económico que ayuda a dinamizar la economía preservando el patrimonio, fortaleciendo la cultura, evitando el éxodo rural hacia ciudades más grandes y se va innovando, sin tener que dejar de respetar sus tiempos y sus formas tradicionales.

Se deja en claro que no se ha realizado un estudio concreto de perfil de la demanda potencial, sino que se compararon varios lineamientos del PRONATUR (Programa Nacional del Turismo Rural) que pueden ser tomados como base para poder determinar el tipo de demanda potencial que lo consumiría y de esa manera

saber qué tipo de turismo se adecua a este. En el INTA, institución que fue pionera en la realización del proyecto de los secaderos de yerba mate barbacuá, también se pudo inferir determinadas características de esta demanda a partir de algunas preguntas realizadas en los cuestionarios de entrevista aplicados a los productores de yerba mate. Sin embargo en la presente, se demuestra una correlación entre las características de los productores de este tipo de yerba y una demanda potencial de turismo rural, y de esa manera se explica la correspondencia que se hace en cuanto a los gustos y preferencias que de alguna manera devienen del Habitus, es decir de las condiciones objetivas de existencia internalizadas nombradas por la teoría Bourdiana, pero que también se encuentran explícitas en “La distinción” de Pierre Bourdieu.

Por último, en cuanto a los efectos socioeconómicos que se producirían al incorporar actividades de turismo rural en estos municipios, son en su mayoría de impactos más positivos que negativos. Sin embargo es necesario antes de concretarlas resolver algunas prioridades en cuanto a la infraestructura, señalización, la consolidación definitiva de la Asociación o de una Cooperativa de Productores y por sobre todo la crisis identitaria de los más jóvenes para que el producto tradicional patrimonial sea conservado, resguardado y que ello, implique a futuro beneficios para el conjunto de la comunidad.

Figura 1. Sistemas Productivos Tradicionales: El Barbacué y su relación sistémica en el Municipio



Fuente: Diseñador Gráfico Bárbaro, Luis Beltrán para el proyecto "Rescate y revalorización de los Secaderos de Yerba Mate Barbacué". Oberá Misiones (2011)

BIBLIOGRAFÍA

- AMABLE M. A. *Historia de la yerba mate en Misiones*. Ediciones Montoya, Posadas, Misiones, 1989. p 189.
- AMABLE M. A. *Centro de Investigaciones Históricas Guillermo Furlong: historia de la Provincia de Misiones siglo XX*. Ediciones Montoya. Posadas, Misiones, 2008. p 323.
- ARANDA, D. Antecedentes Históricos de la Yerba Mate. Coninmate, INTA. *Miscelanea* n° 13, Cerro Azul Misiones, 1986. p. 11.
- BARTOLOMÉ, L. Colonos, plantadores y agroindustrias. La explotación agrícola familiar en el sudeste de Misiones. *Revista Desarrollo Económico*, vol. 15, no. 58, Jul. - Sep, pp. 239-264, Buenos Aires, 1975.
- BOLSI, A. Misiones: una aproximación geográfica al problema de la yerba mate y sus efectos en la ocupación del espacio y el poblamiento. *Folia Histórica del Nordeste*, n° 7, Instituto de Historia, Facultad de Humanidades, Universidad Nacional del Nordeste, Resistencia, 1986.
- BOURDIEU, P. Espacio social y poder simbólico. En: *Cosas Dichas*, Gedisa. Buenos Aires, 1988. p. 127-147.
- BOURDIEU, P. *Los usos sociales de la ciencia*. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 2008. p 144.
- EDWARDS J. A. Minas y canteras. *Turismo de patrimonio industrial*. vol 23, n° 2, 1996. p 341-362.
- FERRER, A. *La Economía Argentina: Desde sus orígenes hasta principios del Siglo XXI*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Colección Obras de Economía, Buenos Aires, 2008. p 486.
- GARCÍA C. N. Los usos sociales del Patrimonio Cultural en CRIADO, E. A. *Patrimonio Etnológico: nuevas perspectivas de estudio*. Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico: Junta de Andalucía, 1999. pp 16-33.
- GORTARI J. *De la tierra sin mal al tractorazo: hacia una economía política de la yerba mate*. Editorial Universitaria de Misiones. Posadas, Misiones, 2007. p. 489.
- GUTIERREZ, A. *Pierre Bourdieu: Las prácticas Sociales*". Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1994. p.6-67.

- KANER, M. *Apuntes Históricos sobre la Yerba Mate: relatos misioneros por las Rutas del Moconá*. Libros de la memoria. Editorial Universitaria de Misiones. Posadas, 2000. p. 93.
- MONTECHIESI, R. *Yerba Mate, cambios en la producción, no en la actividad: estrategias para un plan agroyerbatero*. Posadas, Misiones, 2008. p. 62.
- NIDING, M; Zamudio R. A. *Problemática Sociológica del Turismo*. Material Inédito. Departamento de Turismo. Universidad Nacional de Misiones, Posadas, Misiones, 2003.
- RAU, V. *Cosechando Yerba Mate: estructuras sociales de un mercado laboral agrario en el Nordeste Argentino*. Ediciones CICCUS. Buenos Aires, 2012. p.168.
- ROZE, J. P. *Conflictos Agrarios en la Argentina: el proceso liguista* (2 tomos). Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1992.
- SARASOLA, R. M. *Las Voces de la Yerba Mate: breve vocabulario ilustrado*. Editorial Universitaria, Posadas, 1998. p.110.
- SCHIAVONI, G; FOGELER, M. R. *Algunos eslabones de la cadena yerbatera: secaderos y colonos en el depto. de Oberá (Mnes.)*. Material Inédito. Licenciatura en Antropología. Secretaría de Investigación y Postgrados. Universidad Nacional de Misiones, Posadas Misiones, 2008.
- WASKIEWICZ, S. A. *Libros de la Memoria: la masacre de Oberá, 1936*. Editorial Universitaria de Misiones. Posadas, Misiones, 2002. p.157.
- ARANGO ARROYAVE, J. U. *Proyectos de Seguridad Alimentaria desde una perspectiva de Gestión Ambiental en territorios de comunidades Embera del Atrato medio antioqueño (noroccidente de Colombia)*. Universidad Nacional de Colombia. Disponible en: <http://www.fondoindigena.org/apc-aa-files/74656d706c6174653132333435363738/SerieDesarrollo7.pdf>. Aceso en: 28 mayo 2012.
- CICCOLELLA, M; ROMÁN, M. F. *Turismo Rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Disponible en: http://www.iica.int/Esp/regiones/sur/argentina/Documents/DesRural/Tur_Rural/Libro_Turismo_Rural.pdf. Aceso en: 29 mayo 2012.
- VOGEL, M.; LOMBARDO, L.; GAZZERA, M. A.; QUADRINI, F.; CONTRERAS, S.; SEPÚLVEDA, M.; PÉREZ, C. *Turismo Rural Modalidad Agroturismo: alternativa de desarrollo para la Zona Norte de la Provincia de Neuquén*. Universidad Nacional del Comahue. Disponible en: <http://w/>
- ww.fatu-uncoma.com.ar/publicaciones/anuario/vol_3/arch/art6.pdf. Aceso en: 06 agosto 2013.

Recebido em 20 de outubro de 2014

Aprovado, em sua versão final, em 19 de março de 2015

Avaliado anonimamente por pares.