

“EXPROPIACIÓN COGNITIVA”: TENSIONES EN LA PRODUCCIÓN Y USO SOCIAL DE CONOCIMIENTOS. ESTUDIOS DE MODALIDADES EMERGENTES EN RELACIÓN CON DIFERENTES TIPOS DE SABERES: CIENTÍFICOS, TRADICIONALES, INFORMACIONALES Y LABORALES

Investigadores USAL:
Director Forni, Pablo (forni@retina.ar); Lorenzo, Camila

Resumen

Se trata de un Proyecto de Investigación Plurianual (PIP) del CONICET, en el que participan investigadores y becarios de cuatro universidades diferentes. Su objetivo es indagar sobre los diferentes tipos de “expropiación cognitiva”. Desde el IDICSO se abordan los procesos de apropiación de saberes tradicionales a través del caso de la producción, distribución y consumo de yerba mate orgánica. Un conjunto de saberes tradicionales, existentes en la región productora, son redefinidos por nuevos actores a fin de extenderlos a mercados globales.

La perspectiva teórica que guía el análisis es la teoría del actor-red, cuyas herramientas conceptuales permiten analizar la articulación entre los distintos actores que conforman el entramado social y productivo de la yerba mate orgánica. Simultáneamente permiten reconocer el modo en que cada uno de los participantes de la red resignifica y se apropia de aquellos conocimientos tradicionales y sentidos acerca de “lo natural”.

Dentro de este entramado nos centramos en el rol de las empresas certificadoras de productos orgánicos y analizamos el modo en que estas buscan constituirse como las únicas portavoces legítimas de lo “orgánico”, de forma tal que todos los actores de la cadena productiva se ajusten y adapten a los lineamientos que ellas establecen.

Paralelamente al análisis de la red socio técnica que establecen las certificadoras, pudimos reconocer la presencia de nuevas redes que devienen alternativas. Estas se constituyen frente a la incapacidad para competir con las grandes compañías yerbateras, así como de acceder a un proceso de certificación. Los nuevos actores que protagonizan estas redes también resignifican el concepto de lo tradicional. Tal es el caso de los sistemas de producción tradicionales barbacuá y artesanal, que se basan en canales de comercialización cortos a fin de poder llegar a los consumidores de los grandes centros urbanos.

La estrategia metodológica integra fuentes diversas y datos heterogéneos. Durante 2015 se realizaron diecinueve entrevistas a productores en diferentes zonas de la provincia de Misiones, así como a funcionarios y otros informantes claves. Esta información se combina con las entrevistas a representantes de empresas certificadoras, estadísticas nacionales y una variedad de fuentes secundarias.

Palabras clave: yerba mate; teoría del actor-red; agricultura orgánica; empresas certificadoras.

Abstract

The objective of this long-term Research CONICET Project, in which different researchers and scholarships holders from four different universities participate, is to inquire about different types of “cognitive expropriation”. From IDICSO we approach the processes of knowledge appropriation through the production, distribution, and consumption of organic yerba mate. A set of traditional knowledge existent in the producing region are redefined by the new actors in order to extend to global markets.

The theoretical perspective that leads the analysis of the Actor Network Theory, whose conceptual tools enable us to analyze the articulation between the diverse actors that form part of the social and productive framework of organic yerba mate. At the same time, they allow us to recognize the way in which every participant of the network re-signify and arrogate those traditional knowledge and meanings about the natural things.

Within this framework we focused on the role of certification companies specialized in organic products and analyze the way in which these pursue to be established as the only legitimate spokespeople for “the organic” so all the actors in the productive chain adjust and adapt to the guidelines establish by them.

Alongside with the analysis of the Actor- Network Theory established by the certifiers company we were able to recognize the presence of new alternative networks. These are formed against the inability to compete with the big companies producing yerba, as well as entering a certifier process. The new actors starring these networks also re-signify the concept of “traditional”. Such is the case of the barbacuá and hand made traditional production systems based on short marketing channels in order to reach consumers of large urban centres.

The methodological strategy incorporates diverse sources and heterogeneous data during 2015 19 interviews were held to producers in different areas of the province of Misiones as well as officials/ civil servant and other key informants. This information has been combined with interviews to representatives of certifying companies, national statistics and a variety of secondary sources.

Keywords: yerba mate; agent-network theory; organic agriculture; certifying companies.