



Fingermann, Luciana

Representaciones de los productores/feriantes de la Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra, del productor al consumidor, en torno a la construcción de mercados de la economía social y solidaria



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA Repositorio Institucional de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Fingermann, L. (2017) *Representaciones de los productores/feriantes de la Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra, del productor al consumidor, en torno a la construcción de mercados de la economía social y solidaria. (Trabajo final integrador). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. Disponible en RIDAA Repositorio Institucional de Acceso Abierto*
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/258>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Representaciones de los productores/feriantes de la Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra, del productor al consumidor, en torno a la construcción de mercados de la economía social y solidaria

TRABAJO FINAL INTEGRADOR

Luciana Fingermann

lucianafingermann@hotmail.com

Resumen

Desde la consolidación del capitalismo en el mundo, el mercado tendió a autonomizarse de la sociedad a tal punto que adquirió un rol central como organizador social, generando una mercantilización masiva de los recursos y necesidades de reproducción social. El resultado de ello fue la consolidación de sociedades modernas que quedaron sujetas a las leyes del mercado. Actualmente asistimos a una fase de crisis de la sociedad salarial, ecológica y económica financiera, que trajo diversas consecuencias, a partir de las cuales los sectores populares han construido diferentes alternativas de transformación.

En este contexto el presente trabajo integrador final se centra en las representaciones y perspectivas que construyen un conjunto de agricultores familiares de una feria de venta directa del productor al consumidor (en La Plata, Buenos Aires), enmarcada en la construcción de otro tipo de mercado, que funciona en un espacio de la Universidad, acerca de su participación en la misma y sobre los procesos de construcción de ESS.

Centrar la mirada en los actores que construyen día a día esta experiencia nos permite realizar un aporte al campo de análisis de las subjetividades de los sectores populares y la ESS.

La presente investigación cualitativa se llevó a cabo entre junio de 2015 y mayo de 2016, mediante las técnicas de observación participante y entrevistas semiestructuradas a agricultores familiares del Gran La Plata que participan de dicha feria.

Directora: María Adela Plasencia

Términos clave: economía social y solidaria, mercado solidario, agricultura familiar, representaciones

Agradecimientos

Quiero aprovechar este espacio para agradecer a quienes me ayudaron a transitar este recorrido e hicieron posible llegara a este final, que también es parte de la construcción y un paso más en este camino continuo.

A mi familia por apoyarme y ayudarme en este recorrido, compartiendo inclusive debates acerca del camino de construcción de otra economía.

A Mariana Moricz por sus sugerencias, lecturas, consejos, revisiones, en fin, por acompañarme en este tramo final que fue la construcción de este trabajo final.

A Adela por sus lecturas y sugerencias, por todo su acompañamiento en esta etapa.

A mis compañeros del INTA por bancarme en las diferentes etapas, escuchando, recomendando, alentando, acompañando.

A todos y todas quienes forman parte de la FERIA, quienes me abrieron la puerta de este espacio, de sus casas y de su cotidianeidad, con total confianza y apoyo sin lo cual no hubiese sido posible llegar a este tramo final. Gracias por eso y por todos los momentos, anécdotas, mates, encuentros compartidos.

A todos y todas las personas que fui encontrándome en este recorrido con quienes caminamos creyendo que es posible esta transformación, y que día a día apostamos a eso.

A Olivia por ser quien transforma a cada instante mi mundo, haciéndolo siempre más feliz...

Índice:

Introducción

Capítulo 1. Marco teórico: Enfoque de la Economía Social y Solidaria y Mercados Solidarios.

- 1.1 Breve conceptualización de la Economía Social y Solidaria
- 1.2 Pensando en la posibilidad de construcción de mercado solidarios
- 1.3 La agricultura familiar en el contexto actual

Capítulo 2. La Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra

- 2.1 Contextualizando la experiencia
- 2.2 La Feria en funcionamiento

Capítulo 3. El Universo de sentidos de los productores/feriantes

- 3.1 La Feria como espacio de acuerdos económicos
- 3.2 La Feria como espacio de comercialización
- 3.3 La Feria como impulsora de cambios: en la producción, al interior de la unidad doméstica, en la rutina
- 3.4 La relación entre productores/feriantes
- 3.5 La relación productor-consumidor
- 3.6 La Feria como espacio de construcción de soberanía alimentaria
- 3.7 De lo individual a lo colectivo, y la relación con el Estado
- 3.8 La Feria como espacio de la economía social y solidaria

Consideraciones finales

Bibliografía

Anexos

Introducción

En el presente Trabajo Integrador Final indagamos en las representaciones y perspectivas que construyen un conjunto de agricultores familiares de una feria de venta directa del productor al consumidor (en La Plata, Buenos Aires), acerca de su participación en la misma y sobre los procesos de construcción de ESS.

La experiencia en la cual nos centramos debe ser entendida en el marco de la actual crisis del capitalismo y las alternativas que se vienen construyendo desde los sectores populares, centrándonos en el agro argentino, y más específicamente, en la producción hortícola del Gran Buenos Aires. En tal sentido, queremos contextualizar brevemente este trabajo afirmando que, a partir de la consolidación del capitalismo en el mundo, el mercado se autonomizó de la sociedad y adquirió un rol central, generando una mercantilización masiva, donde la sustancia misma de la sociedad quedó sujeta a las leyes del mercado. Así tres elementos clave de la reproducción social, que no fueron creados para la venta, pasaron a ser mercancías: trabajo, tierra, dinero (Polanyi, (2012). Por consiguiente, en la actual fase del capitalismo asistimos a una crisis en tres dimensiones que se encuentran interrelacionadas: crisis de la sociedad salarial, crisis ecológica y crisis económica financiera.

Por un lado, el dinero se transformó en el eje articulador de la economía y del mercado (Chesnais, 2009), el cual quedó librado a su propia lógica especulativa que llevó a la crisis financiera. En un sistema caracterizado por una búsqueda de plusvalía ilimitada, los recursos naturales se transformaron en mercancías a explotar, generando así una crisis ecológica. El modo de vida occidental, sus formas de producción y transporte, consumen gran cantidad de energía, generando graves consecuencias para el conjunto de los seres vivos. Además, las empresas transnacionales extraen recursos naturales de las regiones periféricas para acumular capital, llevando a una concentración de las tierras, generando que pequeños productores agropecuarios y comunidades rurales pierdan poder de decisión, sean excluidos, expulsados de sus tierras, lo cual se vincula estrechamente al modelo de agronegocios. Lo económico, ecológico y social está interconectado.

Por su parte, Castel (2009) plantea que las transformaciones en el mundo del trabajo han llevado a una mutación de la sociedad salarial de pleno empleo – centrada en el trabajo asalariado, durable, con protección social y derechos del trabajador, etc. -, a un contexto en donde prima la precarización laboral. Así el trabajo asalariado como principal vector de la integración, ha mutado, interpelándonos a construir otros soportes de cohesión social. En el posfordismo, se abre entonces un marco para la conformación de identidades colectivas, de formas de solidaridad.

En tal sentido es que consideramos que las experiencias de la Economía Social y Solidaria (ESS) son respuestas desde la sociedad reflejando acción colectiva y resistencia que, basadas en la solidaridad y la construcción de democracia participativa, plantean nuevas formas de producir, distribuir y consumir. Es decir que frente a esta crisis creemos que la ESS puede actuar en las tres dimensiones mencionadas (trabajo, naturaleza y dinero), “fabricando respuestas colectivamente”¹. Se propone crear otra economía, que priorice la calidad de la vida, que plantee que la tierra, el trabajo y el dinero no son mercancías, y en donde el eje articulador no sea el dinero sino el trabajo. Una economía ligada a la soberanía alimentaria², que al intentar resolver qué producir, cómo y para quién, defienda los bienes comunes de la humanidad en vez de mercantillarlos; basada en la solidaridad, asentada en experiencias colectivas que tengan en cuenta las particularidades de los territorios, cuyo objeto sea la reproducción ampliada de la vida, que lleve a una transformación social, una democratización de la economía y una ciudadanía participativa.

Dado que consideramos que en los sectores populares se encuentra uno de los mayores potenciales para la construcción de la ESS ya que son quienes dependen de su trabajo para poder vivir, desarrollando así una lógica económica de reproducción de la vida casi por definición, nos parece de suma relevancia el análisis de experiencias que den cuenta de las subjetividades de los sujetos que día a día construyen y sostienen experiencias en dicha dirección. Así, nos parece que el análisis de la Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra (FPPFMT) constituye un aporte al campo de análisis de las subjetividades de los sectores populares y de la ESS.

Se trata de un espacio de comercialización que funciona desde el año 2008 en la ciudad de La Plata todos los miércoles y viernes en la Universidad Nacional de La Plata, donde un grupo de agricultores familiares venden su producción sin intermediarios, directamente a los consumidores. Su surgimiento se enmarca en un proyecto de extensión universitaria de la Facultad Ciencias Agrarias y Forestales que nace en 2005 como respuesta colectiva de los productores frente a la problemática de acceso al mercado, pensando en un espacio en donde vender sus productos de una manera más justa, evitando los intermediarios, en relación directa con los consumidores. Los motivos que nos llevaron a escoger esta experiencia son diversos. Por un lado, queremos mencionar que el primer acercamiento a esta experiencia se debió a mi participación como adscripta desde el año 2010 a la Cátedra de Economía Social y

¹Stengers Isabelle (2009), citada en Chesnais, 2009

² La soberanía alimentaria es un concepto elaborado por Vía Campesina, que fue llevado al debate público en el marco de la Cumbre Mundial de la Alimentación en 1996; según la definición de tal organización es el derecho de los pueblos, de sus Países o Uniones de Estados a definir su política agraria y alimentaria, sin dumping frente a países terceros. Para más información ver www.viacampesina.org

Tercer Sector de la carrera de sociología de la UNLP, durante cuatro años, en donde tomamos como caso todos los años a la FPPFMT, ya sea para conocer la experiencia visitándola, como invitados a las clases o para que su análisis fuese eje del trabajo final para aprobación de la asignatura. Esto fue así dado que siempre la consideramos interesante y destacable en el campo de la ESS, la extensión y la agricultura familiar. Asimismo, dicho acercamiento me permitió profundizar el conocimiento de la experiencia y sumarme a integrar el proyecto de extensión interfacultades del que participamos como cátedra, haciendo énfasis en el espacio del Consejo de Productores y la realización de historias de vida a los productores/feriantes. Por último, pero no menos relevante, escogimos este caso porque lo consideramos uno de los pioneros en la creación de espacios alternativos de comercialización desde la UNLP, y en tal sentido queremos hacer un aporte desde la universidad a la construcción de este espacio de economía social y solidaria que ahondando en dicha experiencia y difundiéndola coadyuve a su fortalecimiento.

Los interrogantes que nos planteamos son: ¿cómo viven la experiencia los actores que la construyen día a día? ¿Qué significado tiene para ellos su participación en esta experiencia? ¿Consideran que la construcción de la feria modificó los roles al interior de la familia? ¿Qué cambios sienten que se produjeron a partir de la incorporación de su rol de feriantes, su acercamiento a la ciudad y la venta y relación directa con los consumidores? ¿Creen que este canal de comercialización les permitió revalorizar su trabajo? ¿Qué mirada tienen estos actores acerca de la construcción de mercados para la ESS? Intentar dar respuesta a estas preguntas, entre tantas otras que se nos presentan, consideramos que nos permitirá una mayor comprensión de la construcción y el funcionamiento de las experiencias existentes lo cual sostenemos que es un insumo sumamente importante para transitar el camino hacia la construcción de otra economía y otro mercado.

En efecto, la construcción de estas ferias, de mercados solidarios donde se ponen en juego otros valores, es parte de la ESS como realidad existente, de ese conjunto amplio y diversificado de experiencias que coadyuvan a la construcción de otra economía, y que dan cuenta que el camino se va construyendo y que es posible. Pero para poder seguir caminando, consideramos que es muy relevante poder conocer estas experiencias, analizarlas, intentar comprenderlas y visibilizarlas, lo cual es parte también de la construcción colectiva de otra economía, de otro mundo posible.

Por otra parte, consideramos asimismo que adentrarnos en el universo de sentidos de los propios actores nos dará pistas para poder comprender estas experiencias, tanto en sus potencialidades como limitaciones, entramando elementos y discusiones teóricas al respecto con la mirada y la voz de quienes llevan a cabo cotidianamente este camino. Para indagar en el significado que tiene esta experiencia para sus propios actores - los productores/feriantes-

creemos necesario centrarnos en sus representaciones, situarnos desde la mirada de quienes día a día construyen esta experiencia.

Tal análisis nos permitirá entender la dinámica de las interacciones sociales esclareciendo cuáles son los determinantes de las prácticas sociales, lo cual es importante ya que consideramos que la representación, el discurso y la práctica se generan mutuamente (Abric, 1994, citado por Araya Umaña, 2002:12). Es decir que las personas actúan acorde a sus representaciones pero además éstas se van modificando en función de sus comportamientos y prácticas.

Por ello es que para comprender el significado que le dan los productores/feriantes a su participación en esta experiencia, nos centraremos en sus representaciones pero también para ello prestaremos especial atención a sus prácticas, ya que las representaciones no pueden ser separadas de las prácticas, o al menos conceptualmente, dado que la práctica es parte integral de la representación y no algo vinculado o determinado por ella (Rodríguez Salazar, 2003). Partimos para esto de considerar, siguiendo a Araya Umaña (2002), que cuando las personas hacen referencia a los objetos sociales, los clasifican, los explican y los evalúan porque tienen una representación social de ese objeto. Es decir, las personas conocen la realidad que les circunda por medio de explicaciones extraídas de los procesos de comunicación y del pensamiento social, y es a través de las representaciones sociales que sintetizan dichas explicaciones. Como consecuencia, hacen referencia a un tipo específico de conocimiento, que adopta un papel crucial en el modo en que la gente piensa y organiza su vida cotidiana: el conocimiento del sentido común. “El sentido común es, en principio, una forma de percibir, razonar y actuar”. (Reid, 1998, citado por Araya Umaña, 2002: 11)

Cuando nos preguntamos por las representaciones, nos estamos refiriendo a las mismas como conocimientos socialmente elaborados y compartidos, como “sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa. Se constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo” (Araya Umaña, 2002: 11)

Asimismo, entendemos que las representaciones remiten no sólo a la reproducción sino también a la construcción, conllevando en la comunicación autonomía y creación individual o colectiva (Jodelet, 1984, citado por Rodríguez Salazar, 2003: 65).

A partir de lo mencionado, queremos destacar que la importancia de estudiar las representaciones de los productores/feriantes radica en poder comprender esta experiencia desde su propia mirada, desde quienes la construyen y sostienen día a día. Aquí se trata de

agricultores familiares, es decir un sector que en el marco del sistema capitalista ha sufrido consecuencias importantes principalmente desde la revolución verde, fuertes impactos por el modelo del agronegocio, y que frente a ello han buscado el modo de generar alternativas.

Para ello, queremos destacar que retomaremos los aportes de Murmis y Feldman (2002), quienes desde una posición intermedia entre la concepción de la sociabilidad como acercamiento adicional a los problemas sociales básicos y como definitoria de las formas sociales primordiales de relacionamiento, conciben las formas de sociabilidad como

Las relaciones que establecen los individuos en sus trabajos, en sus lugares de residencia, en los espacios de ocio y en otros ámbitos donde desarrollan actividades significativas. A través de estos intercambios, los sujetos organizan sus trabajos, generan prácticas, entablan relaciones afectivas, de cooperación y de conflicto. En consecuencia, la sociabilidad está tan presente en cada faceta de la vida de los individuos que su estudio permite comprender el estado de una sociedad en un momento dado de su historia. (AA.VV, 2002: 9)

Su propuesta apunta a realizar un análisis de los lazos sociales, mediante la captación de las formas y los grados de relacionamiento de los sujetos en diferentes terrenos y experiencias de cooperación y conflicto en las que participan. Así pueden captar diversos tipos de lazos y su peso relativo. El aporte de Murmis y Feldman (2002) al modo de captación de relaciones sociales no considera solamente las de cooperación, dado que (retomando a Simmel) afirman que el componente de conflicto o lucha está presente en todas las relaciones sociales.

La perspectiva de estos autores – a la cual denominan *enfoque de los análisis circunstanciados* -, nos ayuda a comprender el importante papel del conflicto en la construcción de nuevas formas sociales, sin la necesidad de determinar si predomina éste o el consenso. Esto nos ayudará a entender las lógicas de acción de los productores/feriantes, las tensiones presentes en diferentes momentos en el marco de las visitas a la feria.

Con respecto a la perspectiva metodológica, hemos escogido principalmente de tipo cualitativa dado que la misma nos permite reconstruir la realidad de un escenario social comprendiendo las propias percepciones e interpretaciones de los actores. Con este abordaje podemos relacionarnos directamente con el sujeto que investigamos, con el conocimiento, las percepciones y representaciones de los propios actores, para poder realizar un análisis exhaustivo de lo que hemos visto y escuchado con respecto a nuestro objeto específico de investigación. Para esto, es imprescindible realizar un trabajo reflexivo de interpretación problemática de los aspectos relevantes para los objetivos de nuestro estudio.

Con respecto a las técnicas de obtención de datos, desde junio de 2015 a mayo de 2016 asistimos tanto a la feria dos veces por semana como a las reuniones mensuales de feriantes,

en donde realizamos observación participante, que consiste en “presenciar de manera directa el fenómeno estudiado en su ambiente natural, sin manipularlo” (Piovani, 2007a:195).

Esta técnica se basa en la presencia física del investigador en el terreno, como alguien que se une temporalmente a un grupo con fines científicos sin ocultar su función de investigador. Este sentido de la observación participante implica para muchos autores la “COMPRESIÓN (Bernard 1994) a través de un acceso privilegiado a los significados que los actores construyen (y le asignan) a su mundo (Plat, 1983)” (Piovani, 2007a: 197).

Asimismo, realizamos entrevistas personales en profundidad, semi-estructuradas a 1 promotora de la feria y a 4 productores/feriantes (dos hortícolas, un viverista familiar y una avícola), que según Alonso (1998) se trata de una forma especial de conversación entre dos personas, la cual dirige y registra el investigador para poder favorecer la producción de un discurso conversacional continuo que a su vez tenga cierta línea argumentativa por parte del entrevistado, con respecto a un tema de interés definido en el marco de la investigación. Es “un proceso comunicativo por el cual el investigador extrae una información de una persona” (Alonso, 1998:67). Esta técnica es generalmente utilizada “cuando se busca acceder a la perspectiva de los actores, para conocer cómo ellos interpretan sus experiencias en sus propios términos” (Piovani, 2007b: 220).

Las entrevistas se complementaron con la observación participante ya que nos permitió conocer situaciones que no son observables directamente, accediendo al universo de significaciones de los actores.

Por último, no quiero dejar de mencionar que, en el marco de mi trabajo como investigadora del Instituto de Investigación para la Agricultura Familiar (IPAF) del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, complementé este análisis cualitativo con información cuantitativa extraída de una planilla en donde los productores/feriantes volcaron cada día la cantidad vendida de cada producto, acercándonos una idea del ingreso económico familiar a partir de la feria, pero principalmente permitiéndonos dialogar con ellos acerca de estos temas y conocer su mirada frente a este tipo de relevamiento realizado por alguien externo a la feria.

A partir de todas estas etapas de investigación y análisis, armamos un TIF estructurado del siguiente modo. En el primer capítulo daremos cuenta del marco teórico en donde ahondaremos en conceptos clave como las diferentes concepciones de economía y lo económico, los mercados solidarios y ferias y cómo se enmarcan en la ESS. En otro capítulo detallaremos el surgimiento de la FPPFMT, su funcionamiento, quiénes son los productores/feriantes. En un capítulo siguiente ahondaremos más en conocer a los productores/feriantes, pero ya no desde lo descriptivo sino adentrándonos en sus prácticas y representaciones, en sus relaciones entre productores/feriantes y entre ellos y los consumidores, el significado que ellos le dan a la feria en el marco de su unidad doméstica,

etc., basándonos principalmente en la observación participante y las entrevistas. Posteriormente plasmaremos las conclusiones, haciendo un análisis de toda la información, articulando teoría y práctica y planteando algunos nuevos interrogantes. Finalmente, incorporaremos la bibliografía y los anexos con información que nos ha parecido pertinente volcar ahí, como algunas fotografías de los productores/feriantes y la feria.

❖ **Capítulo 1. Marco teórico: Enfoque de la Economía Social y Solidaria y Mercados Solidarios;**

En el sistema capitalista, el sentido neoliberal de la economía es el hegemónico, entendiéndose a la misma como la “ciencia que estudia los métodos más eficaces para satisfacer las necesidades humanas materiales, mediante el empleo de bienes escasos” (Real Academia Española). Pero ya desde Adam Smith se entiende al mercado como una *mano invisible* capaz de regular a la sociedad capitalista hacia una armonía en donde a partir de la búsqueda del interés particular se alcanza el interés de todos.

Siguiendo a Coraggio (2010), desde esta visión centrada en una economía de mercado cada individuo naturalmente actúa de manera egoísta impulsado por la búsqueda de su beneficio particular, es decir que se considera que este comportamiento competitivo e individualista es la forma natural de lo humano así como también es el mercado la forma natural de organizar la economía, dando por sentado que es como siempre existió. Asimismo, al partir de la existencia de recursos escasos y fines múltiples, el problema económico consiste en resolver cómo asignar de manera óptima tales recursos escasos a los fines múltiples, con lo cual la economía se basa en una tarea administrativa que no problematiza qué es y qué no es un recurso sino que considera como tal todo aquello que pueda servir como medio para lograr un fin. La economía desde esta mirada aparece escindida de lo político, cultural y social, siendo la misma el espacio de resolución de la escasez. En tal sentido, Coraggio disiente afirmando que la economía es un campo de confrontación de intereses, de visiones, de concepciones y de historias, y la escasez tampoco está dada sino que también es una construcción social.

Para profundizar un poco más en las implicancias de esta visión de la economía, queremos recuperar la distinción que realiza Polanyi (2012) entre los dos sentidos de la economía:

Cuando se refiere a las actividades humanas, el término ‘económico’ es una composición de dos significados cuyas raíces son independientes. Los denominaremos significado sustantivo y significado formal.

El significado sustantivo se desprende de la dependencia del hombre, para su subsistencia, de la naturaleza y de sus semejantes. Alude al intercambio con el entorno natural y social en tanto el resultado de ese intercambio le proporciona los medios para satisfacer sus necesidades materiales.

El significado formal se deriva de la relación entre medios y fines tal como aparece, por ejemplo, en las palabras ‘economizar’ y ‘económico’. Se refiere a la situación determinada de elegir, esto es, a la elección entre los distintos usos de los medios inducida por la insuficiencia de dichos medios. Si llamamos lógica de la acción racional

a las reglas que determinan la elección de los medios, podemos entonces denominar esta variante de la lógica con un término improvisado, como el de economía formal. (p. 87)

A partir de esta distinción que señala Polanyi, podemos dar cuenta que la economía desde el sentido formal nos limita al momento de comprender lógicas diferentes a la capitalista así como formas asociativas distintas a las del modelo ortodoxo. Es una mirada que considera al hombre como un sujeto maximizador de beneficios que elige en cualquier situación, la opción que le brinde su mayor beneficio particular, careciendo de importancia el contexto histórico y político, y considerando que siempre hay ilimitadas necesidades y escasos recursos para satisfacer las mismas.

Esta visión formal de la economía podemos decir que es reduccionista por diversos motivos: la esfera económica aparece autonomizada de la sociedad y asimilada meramente con el mercado (Laville, 2004) por lo que el problema económico, escindido de lo político, social y ambiental, se resolvería entonces mediante un modelo matemático que encuentre el equilibrio para asignar los recursos de manera óptima y eficiente (Coraggio, 2010). Podemos pensar entonces que esta mirada por ejemplo lleva a medir el desarrollo de un país asimilándolo al desarrollo económico, de manera cuantificable, sin tener en cuenta valores éticos. A su vez, se entiende al mercado como auto-regulado, asimilando economía con su forma de mercado, considerando que puede aplicarse de forma universal; Así, podemos pensar que se pretende instalar una mirada que promueva la libertad de movimiento entre oferta y demanda sin interferencia o reglamentación por parte del Estado; y por último se identifica a la empresa moderna con la empresa capitalista (Laville, 2004) no dando lugar así a otro tipo de formas asociativas.

Asimismo, también es de destacar que

la definición hoy hegemónica tampoco escapa a una consideración sobre el sentido, cuando indica que la economía debe maximizar la producción de riqueza a fin de proveer al bienestar general, definido como la producción y distribución óptima de bienes de consumo final a partir de recursos escasos, limitación sin la cual no habría problema económico. Sin embargo, es evidente que hay problemas de uso y de distribución de recursos y bienes aún sin escasez. Para la definición sustantiva de economía la escasez no es una condición, ni es necesario cuantificar para decidir. Ejemplo de esto son los objetos de estatus, o las consideraciones sobre los equilibrios del buen vivir o el vivir bien. Otra diferencia importante es que la definición ortodoxa aparentemente excluye consideraciones éticas sobre la naturaleza de las preferencias de los consumidores o la desigualdad de acceso. (Coraggio, 2011: 1)

La concepción formal de economía (sostenida por la escuela neoclásica) entonces teoriza en torno a una relación instrumental entre medios y fines, naturalizando, mediante el concepto de racionalidad, la búsqueda de lucro o de máxima satisfacción como los motores de la sociedad moderna. El mercado en lugar de ser un instrumento que socialmente se

construye, regula y perfecciona, se ha convertido en un mecanismo que establece los parámetros de organización social. Asimismo, la teoría económica neoclásica le asigna un rol subsidiario al Estado, frente a lo que creemos que el mismo siempre ha jugado un papel importante, por ejemplo si pensamos en su rol central en la creación de las condiciones para que el mercado se desarrolle tal como lo vemos hoy³.

Por otra parte, algo que se desprende de lo que mencionamos más arriba es que se ha dado una mercantilización de los diferentes aspectos de la sociedad, como ha ocurrido por ejemplo con el conocimiento, la salud, etc. que son consideradas mercancías pasibles de ser intercambiadas en el mercado-, lo cual incide en la forma de organización que asume nuestra sociedad. Así, como afirma Coraggio, desde la mirada neoliberal hay un mercado que se autorregula generando su propia ética, sus propios valores, generando *sociedades de mercado* en donde cada individuo es definido por lo que logra a través del mercado, quedando así las identidades permeadas por las relaciones de intercambio en el mercado. En esta economía, no importa que el trabajo sea la posibilidad de realización de las condiciones de vida de las personas, sino que su precios un factor más que debe ser reducido para generar más ganancias, generando esto un fuerte impacto en la configuración social ya que el salario determina cómo van a vivir los trabajadores, sus posibilidades de reproducción social. En tal sentido, vemos que el mercado actuando libremente produce diferenciación y polarización social, permitiendo el acceso a la salud, educación, etc. a algunos y denegándole esta posibilidad a otros.

Llegado este punto, en donde hemos indagado en las implicancias de asimilar el concepto de economía a su sentido formal, queremos retomar que en la actual fase de crisis del capitalismo (la cual hemos descripto brevemente en el capítulo introductorio), nos encontramos con diferentes formas organizativas y respuestas desde los sectores populares que nos hacen repensar los marcos de interpretación para resignificarlos y/o construir nuevos. Paralelamente a las experiencias territoriales que integran lo que denominamos ESS (que a continuación detallaremos), es necesario desarrollar un campo de estudio que reconozca tales prácticas, genere pensamiento crítico sobre las mismas y permita visibilizarlas (lo cual es difícil de hacer desde el sentido formal de la economía). Así, frente a la visión hegemónica que hemos descripto, podemos mencionar otras miradas que, si bien tienen algunas diferencias,

³Para graficar mejor esta afirmación, recuperamos un ejemplo de Coraggio (2010): Para que la tierra que era comunitaria se constituyera en una mercancía capaz de ser transable en el mercado, fue necesario crear ciertas condiciones sociales y de poder que lo hicieran posible; y así esta mercantilización hizo posible la división de un territorio en fracciones, lotes, parcelas que se apropiaron individualmente. Lo que se produjo entonces con la consolidación del capitalismo y el neoliberalismo como su sustento político no fue una desaparición del Estado de la esfera meramente económica (en el sentido formal) sino la crisis del Estado social como garante de los derechos de la población.

las une principalmente su oposición a la concepción del mercado total como dogma individualismo utilitarista.

1.1 Breve conceptualización de la Economía Social y Solidaria

En primer lugar queremos destacar que diferentes organizaciones colectivas construyen estrategias como respuesta social a los dilemas relacionados con los problemas estructurales de integración social que surgieron de las crisis del empleo asalariado y del Estado social tradicional. En este marco diversos autores se enmarcan en la promoción de “otra economía” cuyo principal horizonte de acción es su finalidad social, su arraigo en comunidades territoriales, su forma de gestión autónoma y democrática y su perspectiva de sustentabilidad integral -económica, social, ambiental e intergeneracional- (Pastore, 2010). Se trata de conceptualizaciones que en su mayoría recuperan el sentido sustantivo de la economía, que se proponen un horizonte de transformación social, de construcción de una economía anclada en otros valores diferentes al dogma utilitarista, en donde la economía no aparezca escindida de la sociedad, y cuyo eje sea el trabajo, pero un trabajo que permita satisfacer las necesidades y deseos de todos a través de una relación armónica con el medio ambiente, entre otros aspectos que detallaremos más adelante.

Siguiendo a Pastore (2006), podemos afirmar entonces que en los últimos años ha resurgido significativamente la expresión *economía social* así como otras denominaciones afines, siendo su antecedente empírico la expansión de estrategias socio-productivas autónomas de los sectores populares y organizaciones de apoyo desarrolladas como respuesta social al aumento de la exclusión social, pobreza, y precariedad laboral características del mundo contemporáneo. Entre esta gran diversidad conceptual podemos mencionar experiencias de *economía social* desde un enfoque institucional (Chavez y Monzón), o incorporando a éste un enfoque normativo (Defourny y Delvetere), *economía civil* (Zamagni), *economía solidaria* en una vertiente europea (Laville) y desde una perspectiva latinoamericana (Singer) o *economía de solidaridad* (Razeto), entre otras conceptualizaciones de estas diversas experiencias y autores que han indagado en las mismas.

En tal sentido, Pastore (2010) afirma que la Economía Social y Solidaria (ESS), que puede ser entendida en tres dimensiones (empírica, conceptual y propositiva⁴), consiste en:

⁴Estas tres dimensiones son: a) una dimensión empírica que da cuenta de diferentes tipos de experiencias socio-económicas con objetivos sociales; b) una dimensión conceptual que expresa un enfoque de lo que es la economía, diferente al de los economistas convencionales; c) una dimensión propositiva acerca de un proyecto de transformación social (Pastore, 2006)

un espacio común a las experiencias históricas del cooperativismo y mutualismo (conjunto también llamado 'economía social tradicional'), así como a estas nuevas formas organizativas de hacer economía social (llamada "nueva economía social" o "economía solidaria"). Sin duda, dicho conjunto abarca una diversidad de experiencias, organizaciones y emprendimientos que tienen características distintivas entre sí, pero desde nuestro punto de vista, lo más significativo es que poseen una matriz identitaria de atributos compartidos, entre los que se destaca el desarrollar actividades económicas con una definida finalidad social (en términos generales, mejoramiento de las condiciones, ambiente y calidad de vida de sus propios miembros, de algún sector de la sociedad o de la comunidad en un sentido más amplio), a la vez que implican elementos de carácter asociativo y gestión democrática en un contexto de autonomía tanto del sector privado lucrativo como del Estado. (p.2)

Por su parte, Laville (2004) rescata la solidaridad como una alternativa que buscó dar respuesta a los problemas sociales derivados de una sociedad de mercado autonomizado emergiendo distintas formas predominantes de solidaridad en diferentes contextos socio-históricos (Pastore, 2006). Es decir que la economía de mercado, con los graves problemas sociales y de inequidad que genera la propia lógica mercantil librada a su exclusivo albedrío, ha llevado a las sociedades a desarrollar diferentes formas de solidaridad para reconstruir el vínculo social. Tomando la sociedad como un todo, economía y solidaridad, que habían sido considerados antitéticos, pueden entonces aparecer unidos permitiendo conceptualizar con la expresión economía solidaria (o nueva economía social) a las respuestas asociativas que enfrentan la problemática social en el contexto de globalización y exclusión social (Pastore, 2008).

Razeto (2010) también nos hace un aporte importante para analizar la concepción hegemónica de economía y pensar alternativas posibles. Considera que la economía es más que lo incluido en su definición capitalista, porque toda actividad humana tiene un contenido económico, y haberse distanciado de esto les impidió a muchas experiencias fortalecerse, orientándose con eficiencia y asumir objetivos racionales económicamente. En tal sentido, es necesario dar cuenta que existen diversos recursos (por ejemplo factores productivos) que contribuyen a la producción aunque no tengan valoración monetaria⁵.

Para este autor, la economía

es la reproducción de la vida, el gobierno de la casa, el organizar racionalmente las actividades para subsistir, para satisfacer necesidades, aspiraciones y deseos, para progresar familiarmente, socialmente, para desarrollar todo tipo de proyectos de carácter cultural, social, político, espiritual incluso. Que la economía, igual que la política, es una dimensión presente en toda la vida. (Razeto, 2010:s.n)

⁵ Para alcanzar la eficiencia, Razeto (2010) incorpora el *factor C* como un factor productivo que remite a la cooperación y la solidaridad convertidas en fuerzas productivas organizadoras de las actividades económicas.

Si bien organizar todo eso eficientemente remite a lo económico, esto no implica guiarse por intereses particulares, con un afán de competencia, egoísta, sino que se puede reproducir y ampliar la vida a través de la cooperación, sin hacer una apropiación privada de los recursos de todos, distribuyendo los beneficios. Para ello se debe incorporar la solidaridad en todas las fases del proceso económico, tanto en la producción, como en la distribución, consumo y acumulación.

A partir de los autores mencionados vemos cómo economía y solidaridad, que parecieran conceptos distantes, pueden unirse y entenderse de manera conjunta resignificando qué entendemos por economía y cómo podemos pensar en una ESS. En tal sentido, nos parece de suma importancia recuperar los aportes de Coraggio (2010; 2013) quien afirma que no hay una sola forma de hacer economía sino que existen diferentes subsistemas económicos, con distintas lógicas, recursos y actores, que se interrelacionan entre sí a lo largo de la historia⁶, lo cual consideramos un aporte importante para pensar la posibilidad de construcción de otra economía.

Para Coraggio es en el sector popular (que es parte de la economía mixta realmente existente) en donde se encuentra el potencial para la construcción del sujeto de la ESS. Se trata de los trabajadores que, en el marco de una sociedad capitalista, se encuentran frente a la necesidad de buscar la propia sobrevivencia, amenazados por el desempleo, la exclusión, el hambre; nos incluye a todos a quienes dependen para la reproducción de su vida del ejercicio de su capacidad de trabajo, siendo así su propia capacidad de trabajo el principal recurso con que cuentan las unidades domésticas de los trabajadores para su reproducción (Coraggio, 2013). Sostiene que, a pesar de las tensiones y de la enorme heterogeneidad del sector popular, la ESS, como propuesta política, debe coadyuvar a la construcción de la 'identidad popular' que tome al trabajo como la actividad humana fundamental y cuyo referente sea el trabajador en sentido amplio.

Sintetizando los aportes de Coraggio, destacamos aquí su análisis del contexto actual desde la mirada de una economía mixta en la cual predomina la economía del capital, para lo cual considera que es desde el sector popular desde donde se puede construir la ESS⁷, y dar un pasaje hacia una economía del trabajo, en la cual el trabajo vuelva a ser el eje central; pero otro tipo de trabajo, que se centre en la calidad de vida, en el buen vivir, en la

⁶ Para un análisis más detallado de estos aspectos y de la economía mixta en general ver Coraggio (2010; 2013)

⁷ Hay que tener en cuenta en este punto que para Coraggio la economía social no se trata de ampliar la economía popular, porque esta última forma parte del sistema capitalista, sino de superarla. Se debe desplegar su potencial para que se constituya en una economía solidaria, en una economía del trabajo

reproducción ampliada en la vida de todos y todas, etc. Así entonces para este autor la economía social es

una propuesta transicional de prácticas económicas de acción transformadora, conscientes de la sociedad que quieren generar desde el interior de la economía mixta actualmente existente, en dirección a otra economía, otro sistema socioeconómico, organizado por el principio de la reproducción ampliada de la vida de todos los ciudadanos-trabajadores, en contraposición al principio de la acumulación del capital. (Coraggio, 2007:22)

Se trata de una construcción práctica y de sentidos hacia procesos de transformación social para construir *otra economía* (siguiendo a Coraggio, una *economía del trabajo*) como proyecto de sociedad que se organiza en torno al trabajo asociado, auto-gestionado y cooperativo para alcanzar la reproducción ampliada de la vida de todas y todos⁸. Es decir que no sólo se trata de incluir a todos sino también que no remita meramente a la reproducción simple de fuerza de trabajo sino a impulsar una economía alternativa, que se base en el trabajo, y que lleve a una mejora continua de la calidad de vida de todos.

1.2 Pensando en la posibilidad de construcción de mercado solidarios

A partir del breve recorrido por algunos de los principales autores que situamos en el campo de la ESS, intentamos dar cuenta de algunas claves para el análisis de estas experiencias, como la FPPFMT, que consideramos se enmarcan en los sectores populares que para Coraggio es la base desde dónde se puede construir otra economía. Dado que aquí nos centraremos en los mercados solidarios, nos parece pertinente continuar retomando a Polanyi para presentar algunas claves de lectura de los mercados y sus diferentes tipos.

Según este autor, asistimos a un contexto en el cual predomina una economía de mercado, es decir un sistema económico regido, regulado y orientado únicamente por la lógica del mercado, en donde ese mecanismo supuestamente autorregulado, que automáticamente organiza la asignación de recursos en una sociedad, se supone es el encargado de asegurar el orden en la producción y la distribución de bienes de la manera más “eficiente”. Como ya hemos mencionado, la reproducción de la sociedad quedó sujeta a las leyes del mercado, y la tierra, el trabajo y el dinero, que no han sido creados para su venta, se transformaron en mercancías, o como menciona Polanyi *mercancías ficticias*.

⁸“La reproducción ampliada de la vida tomada de un concepto de los pueblos originarios de América Latina que es el buen vivir. La reproducción ampliada de la vida no es consumir más, consumir más nos puede llevar a la drogadicción. La reproducción ampliada de la vida es generar desde nosotros, desde nuestros vínculos, desde nuestras estructuras, desde nuestras políticas, mejores formas de vivir, donde la gente realmente seamos más saludables, donde estemos mejor. Este es el objeto de la economía social y solidaria, es la finalidad de esta economía”. (Pastore, 2011).

Así, coincidimos con Coraggio (2010) para quien los aportes de Polanyi permiten pensar cómo el mercado puede volver a ser reabsorbido, re-encastrado, en la sociedad. En tal sentido, es necesario comprender que hay diferentes principios de institucionalización de lo económico (como la autarquía, reciprocidad, redistribución e intercambio), y el mercado es tan sólo uno de ellos, no el único. Así, si bien el mercado es un mecanismo de coordinación necesario, no debe ser un mercado absolutizado, sin valores éticos ni morales en el cual el precio quede librado a la oferta y demanda ya que ese no será un mercado justo. Este tipo de mercado genera desplazamiento de productores excluyendo los que no son considerados eficientes y que no cuentan con excedente para reinvertir, convirtiéndose en un mecanismo de “selección darwiniana” de los más aptos para la lucha en el mercado.

En tal sentido, queremos destacar (y coincidir) en la importancia que le asigna Polanyi al Estado en la distribución de la sociedad moderna. Es decir que creemos que el mismo debe cumplir un papel importante en la regulación de estos mercados así como en las instituciones y prácticas que conduzcan a que vuelva a “encastrarse” en la sociedad, para lo cual es esencial comprender e incorporar el sentido sustantivo de la economía a que hace referencia Polanyi (y que hemos explicitado más arriba). En tal sentido, si bien los economistas clásicos entienden al mercado como una mano invisible con fuerzas que se autorregulan y que pueden dirigir la sociedad capitalista hacia una armonía en donde el interés de todos se alcanza a partir de la búsqueda del interés particular de cada uno, aquí nos proponemos entenderlo a partir de su construcción social e histórica, desde la posibilidad de adquirir diferentes formas. Para retomar una definición que compartimos, afirmaremos que un mercado es “Una institución responsable de la coordinación de múltiples iniciativas autónomamente dirigidas para expresar necesidades y requerimientos productivos, o para organizar la producción de bienes y servicios útiles para el consumo o la producción. Pero no es el único mecanismo posible” (Plasencia y Orzi, 2007).

Partiendo de este marco de interpretación basado principalmente en los aportes de Polanyi que luego retoman otros autores, podemos dar cuenta que el mercado es una institución, no es a-histórico sino que es una construcción social histórica, una realidad políticamente construida por el hombre. A partir de ello, en los últimos años varios autores contemporáneos han revalorizado críticamente al mercado, considerándolo como un lugar privilegiado para el ejercicio de ciudadanía y democracia, proponiendo fomentar la construcción de mercados con control a partir de una planificación económica adecuada y mediante la participación democrática popular.

Entender al mercado de este modo nos permite pensar en la construcción de mercados que acompañen y coadyuven al desarrollo de una ESS. En tal sentido, Caracciolo Basco (2013) parte de diferenciar el mercadeo en una economía capitalista y en la ESS: en el

primer caso, se da un vínculo entre consumidores que demandan y un objeto de deseo que quieren alcanzar, ocultándose así el productor para resaltar al objeto. En la ESS, en cambio, si bien el mercadeo implica la compra de un producto (sea bien o servicio), es una relación social visible entre productores y consumidores. Así, luego de diferenciar diversos tipos de mercados, esta autora afirma que los mercados solidarios son aquellos construidos por la ESS (en general con apoyo del Estado); se trata de espacios en los cuales se establecen relaciones sociales entre productores y compradores, ancladas en una ética nueva que guía nuevas prácticas económicas: eliminación/disminución de la intermediación, precio justo, no explotación del trabajo, calidad, equidad de género, cuidado del ambiente. Asimismo, considera que la construcción de otras formas de producir más solidarias está intrínsecamente relacionado a formas de consumo de iguales características. En este punto recupera los diferentes tipos de consumo de Mance para destacar que el consumo solidario es el que implica emprendimientos de la ESS permitiendo que la misma se realimente. Resumiendo, queremos destacar de su aporte la importancia que le asigna a los propios actores y a las relaciones entre ellos en la construcción de mercados para la ESS.

En tal sentido, creemos que para el desarrollo de la ESS resulta esencial la construcción de mercados solidarios, en los cuales la solidaridad sea un eje central, y en el cual sus participantes

actúan con una lógica en la que la búsqueda de ventajas económicas particulares se realiza en el marco de consideraciones morales, que limitan el campo de las acciones aceptables de modo que nadie pueda resultar afectado en las condiciones de reproducción de su vida (Orzi y Plasencia, 2007: 5-6).

En un mercado solidario el objetivo principal es la reproducción ampliada de la vida de todos, impulsando una economía alternativa que permita la mejora continua de su calidad de vida, en donde los intercambios pueden regirse por prácticas y valores solidarios.

Entender así los mercados solidarios, implica por un lado, partir de la reproducción de la vida de todos como objetivo, una reproducción ampliada que a partir del trabajo permita la mejora de la calidad de vida de todos. Asimismo, siguiendo a De Melo Lisboa (2004) es de destacar que en esta mirada se incluye tanto la competencia como la cooperación como partes de la dinámica del mercado solidario. En este sentido, la competencia es complementaria a la cooperación ya que promueve la calidad, innovación y multiplica las energías reproductivas. Además, no se trata de un espacio exento de conflictos, dado que por ejemplo los emprendimientos se someten al arbitraje de los consumidores generando cierta imprevisibilidad e indeterminación en su economía. Por último, los intercambios en estos

mercados no se rigen sólo por precios (los cuales se autoregulan), sino que pueden estar regulados por prácticas y valores solidarios.

Sintetizando entonces, al considerar que los mercados son construcciones sociales, históricas, que pueden ir modificándose, teniendo en cuenta el juego de las relaciones de poder que conllevan, creemos que es posible (e incluso estamos convencidos que es deseable) la construcción y fortalecimiento de mercados enmarcados en la ESS que, como hemos descripto, aquí llamaremos mercados solidarios.

1.3 La agricultura familiar y los canales de comercialización en el contexto actual.

La importancia de la construcción y fortalecimiento de mercados solidarios se ve reforzada a la luz de la crisis estructural del sistema capitalista en donde los emprendimientos de la ESS se encuentran continuamente frente a la dificultad de acceso a mercados convencionales lo cual los ha llevado a buscar nuevos canales de comercialización alternativos que puedan permitirles garantizar la reproducción ampliada de la vida. Consideramos que estos espacios de comercialización que se alejan de lo convencional permiten pensar la posibilidad de construcción de alternativas viables frente a la lógica hegemónica del sistema capitalista, las cuales no están exentas de dificultades pero permiten pensar que esta construcción es posible.

En tal sentido, partimos de considerar que la agricultura familiar es un sector que necesita construir otros canales de comercialización alternativos, circuitos cortos que eliminen intermediarios y se basen en la relación productor-consumidor. Afirmamos esto porque creemos que en el sistema capitalista con su modelo agropecuario y alimentario basado en el agronegocio se arraigó de manera preponderante generando fuertes impactos en diferentes territorios, principalmente en territorios como los de América Latina. Asimismo, para comprender este contexto, debemos recordar que con el desarrollo de la modernidad capitalista, tres fenómenos tensionan al campesinado, cuestionando su desaparición: el surgimiento del capitalismo (y ligado al mismo la propiedad privada separando los dueños de la tierra de los campesinos despojados de la misma); posteriormente la revolución verde, y finalmente la revolución biotecnológica, de la mano del avance del agronegocio y el fuerte impacto en el sector agropecuario latinoamericano.

Específicamente en nuestro país, el proceso de globalización neoliberal trajo terribles consecuencias en el mundo rural agroalimentario, basadas principalmente en la expansión del agronegocio, los procesos de agriculturización-sojización y pampeanización⁹. Esto también

⁹Según Pengue (2009) se trata de la exportación del modelo pampeano hacia zonas marginales

implicó la expansión de la frontera agraria, disminución y desaparición de pequeños y medianos productores, expulsión de mano de obra, viéndose así despreciados sus modelos de producción de alimentos, entre otras tantas consecuencias más características de este proceso.

La matriz productiva del agronegocio organiza la producción en grandes extensiones basadas en monocultivo, utilizando intensivamente maquinarias agrícolas en lugar de fuerza de trabajo humana, así como también mediante un gran uso de agrotóxicos y utilización incremental de semillas transgénicas (Stédile y León, 2014). En tal sentido, García Guerreiro (2012) afirma que los modelos de desarrollo hegemónicos generan un gran aumento de los rendimientos por hectárea, pero desde un esquema productivo basado en la especulación financiera, la concentración de la tierra y la revolución biotecnológica. Este desarrollo agroindustrial y su profundización en el agronegocio ha ido generando la monocultura, el monocultivo, reduciendo la diversidad productiva, cultural y biológica propia de la vida campesina. Así, la expansión de este modelo y las actividades megaextractivas avanzan sobre los bienes comunes y los territorios con una cultura homogeneizadora de modernización e industrialización del espacio rural, expandiendo a su vez la frontera agropecuaria mientras avanza violentamente sobre las familias campesinas, negando así a poblaciones enteras a quienes se les imposibilita continuar con sus producciones y modo de vida.

Un sector que se vio cada vez más marginado y que se ha venido enfrentando a la gran dificultad de acceso a los mercados convencionales (o cuando accede es en condiciones subordinadas y muy desfavorables), es el sector de la agricultura familiar. Aquí creemos necesario aclarar que, si bien no ignoramos el amplio debate en torno al concepto de agricultura familiar (AF) y su delimitación, afirmamos que nos referiremos a la AF como

un tipo de producción donde la unidad doméstica y la unidad productiva están físicamente integradas, la agricultura es un recurso significativo en la estrategia de vida de la familia, la cual aporta la fracción predominante de la fuerza de trabajo utilizada en la explotación, y la producción se dirige tanto al autoconsumo como al mercado.(INTA, 2005)

Asimismo, siguiendo al Foro Nacional de la Agricultura Familiar (FONAF) también consideramos que se trata de una “forma de vida” y “una cuestión cultural”, cuyo principal objetivo es la “reproducción social de la familia en condiciones dignas” (FONAF, 2006). Consideramos que la AF tiene un rol importante y una potencialidad en la reproducción de la familia rural así como también en la seguridad y la soberanía alimentaria.

Para ello creemos que es imprescindible contar con los canales adecuados de comercialización que les permitan valorizar su trabajo y alcanzar la reproducción ampliada de

la vida. En tal sentido, para contextualizar mejor la AF y su necesidad de generación y fortalecimiento de mercados solidarios, es necesario hacer una breve mención a sus circuitos de comercialización.

Caracciolo Basco (2016) afirma que los mercados tradicionales hortícolas se caracterizan por cadenas largas de comercialización (CLC), en las cuales existen uno o más eslabones que intermedian la relación entre el productor y el consumidor.

hay un distanciamiento físico que favorece la inexistencia de vínculos cercanos entre productor y consumidor y un distanciamiento cronológico que procura que el producto no llegue en las mejores condiciones de calidad al consumidor final. En todo este proceso aparecen varios actores: los productores, los intermediarios, el mercado, el comercio minorista y, finalmente, los consumidores. Todos estos actores interactúan entre sí, a veces, informalmente y, otras veces, guiados por fuertes estructuras organizativas que, por la magnitud de lo que está en juego, ofician de generadores de oferta, de demanda y de precios. Esta estructura de circulación de productos comienza a transformarse con el advenimiento de los grandes supermercados, que se establecieron en el país en la década de los ochenta, y que impusieron formas propias de intervenir en la comercialización con un gran poder de negociación. (...) el productor se ve inmerso en esta realidad que, además de alejarlo del consumidor, lo pone en un lugar muy desfavorable a la hora de disputar el precio de sus propios productos, quedando esto en manos de las grandes cadenas de supermercados y, tal como ocurre ya hace más de tres décadas, en manos de los intermediarios (Ghezan, Viteri, 2000). (p. 35)

Frente a esto, en los '90, al evidenciarse las desigualdades sociales y procesos de exclusión generados por las políticas en marcha, empiezan a emerger mercados que, cuestionando esa cadena de comercialización, se basan en un intercambio entre productores y consumidores más directo, donde no estén alejados por los diferentes intermediarios. Así surgen las denominadas *ferias verdes* (cuyo origen se sitúa en Misiones con las *ferias francas*), que en la Región Pampeana se desarrollan y expanden en el marco de la crisis del año 2001. Estos Canales Cortos de Comercialización, no sólo generan mejores ingresos a los agricultores familiares sino que se asientan en otras relaciones y prácticas que exceden a lo meramente mercantil (Caracciolo Basco, 2016). Esta distinción y contextualización es importante de ser mencionada aquí ya que partimos de considerar que es en donde se enmarca la FPPFMT.

Tal como afirmamos más arriba, consideramos que dadas las dificultades que tienen para la comercialización de sus productos, y su rol subordinado en la cadena de comercialización, la construcción de canales alternativos basados en circuitos cortos en el marco de un comercio justo es una manera de hacer frente a dicha situación e ir construyendo un cambio. Entendemos que el comercio justo representa

otro modo de comercialización en donde las leyes del mercado no son las únicas variables tomadas en cuenta para la fijación de condiciones de intercambio; que respeta a su vez los derechos y garantías mínimas de cada uno de sus actores, y que puede apoyarse en diversos procesos de negociación que estén orientados hacia la construcción de otra economía. (Material de Monedas Sociales y Mercados Solidarios, Orzi y Plasencia, EGESS, 2013)

A modo de síntesis, consideramos que en el marco de la crisis estructural, en los últimos años al igual que muchas otras experiencias de la ESS, los agricultores familiares han buscado canales alternativos de comercialización diferentes a los convencionales, buscando garantizar las condiciones necesarias para la reproducción ampliada de la vida. En tal sentido, creemos que los mercados solidarios son una alternativa posible no basada en relaciones subordinadas permitiendo establecer vínculos socialmente más justos, un espacio desde el cual dar batalla y luchar por un cambio, coadyuvando a la construcción de otra economía. Llegado este punto, nos parece pertinente finalizar este apartado retomando un concepto que recupera Coraggio (2010) y que consideramos nos ayuda a analizar esta experiencia:

La *hetero-topía*, como contracara del concepto de *u-topía* que representa aquello sin posibilidad de existencia, ese no lugar; un horizonte que si bien puede marcar un camino, nos muestra un lugar al que nunca llegaremos. La heterotopía nos muestra que esa meta a la cual queremos llegar está presente en la realidad y en las experiencias existentes, ya sea en forma de latencia o de 'pista'. El horizonte se transforma así en el reconocimiento de esos sustratos de futuro en el presente -un futuro de sociedad mejor para todos y todas-. (p. 19)

❖ **Capítulo 2. La Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra**

2.1 Contextualizando la experiencia

La Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra (FPPFMT) está situada en La Plata, capital de la provincia de Buenos Aires. La ciudad, fundada por Dardo Rocha el 19 de noviembre de 1882, se encuentra sobre la pampa húmeda, distante 56 kilómetros en dirección sudeste de la ciudad de Buenos Aires, capital de la República Argentina; y a 9,87 metros sobre el nivel del mar. Tiene una superficie territorial de 940,38 kilómetros cuadrados y una población estimada por el censo nacional 2010 de 654.324 habitantes.

El partido de La Plata, junto con Berazategui y Florencio Varela, integra la zona sur del cinturón hortícola bonaerense, siendo este último el núcleo de producción de hortalizas frescas más importante del país dado que diariamente abastece a más de 13 millones de habitantes de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Conurbano Bonaerense.

Centrándonos en la producción hortícola platense, característica de los productores/feriantes que estudiamos, podemos decir que en el marco de la modernización de la revolución verde, se incorporaron una serie de innovaciones tecnológicas que marcaron hitos en el desarrollo productivo, generando cambios cuantitativos y cualitativos en la forma de producción a lo largo de las últimas décadas: A fines de los años '60 se expande la mecanización y la utilización masiva del tractor; en la década del '70 se incorporan los plaguicidas; en la década del '80 aparecen las primeras semillas híbridas; y en los '90 aparecen los invernaderos de polietileno (Selis, 2000).

Con respecto al sujeto de la horticultura, históricamente fueron los migrantes: primero españoles, luego portugueses e italianos y en la década del '80 principalmente bolivianos, en consonancia con los cambios a nivel productivo y tecnológico. Estos últimos sujetos tuvieron un rol clave en el proceso de reestructuración de la horticultura permitiendo sostener el proceso de acumulación capitalista de acuerdo a los parámetros de productividad y calidad exigidos por la nueva economía. Los horticultores bolivianos lograron adaptarse a la actividad en poco tiempo y aprender o adoptar las nuevas tecnologías para la producción a través de diferentes estrategias, siendo claves para la intensificación de la producción hortícola (Benencia, 1997; García, 2012).

En su mayoría arribaron desde diferentes regiones argentinas (NOA, Cuyo, por ejemplo) atraídos por la demanda de mano de obra en nuestra región. Siguiendo a Villulla (2006), queremos destacar que el mismo trabajo exigente que aquí les permitía subsistir y eventualmente ahorrar, no les era retribuido de la misma forma en Bolivia o en el NOA ni de

manera directa (salarios), ni indirecta (servicios de bienestar mínimos para la población: educación, salud pública, etc.). Estas condiciones de vida perpetuadas en años de historia, marcaron a generaciones de bolivianos con condiciones de vida muy adversas y efectos culturales visibles, por lo que comparativamente llegaron predispuestos a realizar tareas que trabajadores y campesinos argentinos no estaban dispuestos a realizar a cambio del pago ofrecido. Además, las condiciones de vida con las que comenzaron su derrotero en la zona, signadas por las necesidades de sus estrategias de supervivencia, resultan de las peores del mercado laboral argentino: jornadas laborales superiores a 16hs, en su mayoría con contratos orales sin ningún parámetro legal, viviendo en la misma explotación en casillas de madera, plástico y nylon, con piso de tierra y de un solo ambiente, sin ningún tipo de desagües ni cloacas, entre otras cosas (Villulla, 2006).

Actualmente, muchos productores no construyen su vivienda propia debido a que como arriendan, construir una vivienda de material es valorizar un terreno ajeno a cambio de nada. Es decir: un pérdida innecesaria de dinero útil para un plan a futuro (Villulla, 2006).

Adicionalmente, mientras que entre el 60 y el 90% de la demanda de producción hortícola del país es abastecida por la Región Metropolitana de Buenos Aires (siendo el cinturón hortícola platense el que compone el 72% de la misma), los productores se enfrentan en su mayoría a la imposibilidad de acceder a una retribución justa por la producción que generan (García, 2011)

Se trata de productores y trabajadores rurales que aportan con su labor diaria una de las principales fuentes de ingresos para la región pero que paradójicamente se encuentran expuestos a condiciones de vida muy difíciles, a una gran inestabilidad que compromete la supervivencia o el desarrollo en calidad de tales (Villulla, 2006).

Por último, queremos destacar algo que se desprende de lo mencionado anteriormente, y es que no se trata de *commodities* para exportación sino que su producción se destina principalmente al mercado interno. Siguiendo a Villulla (2006), la producción de hortalizas de La Plata, junto con el resto del cinturón verde que rodea a Capital Federal y el Gran Buenos Aires, se ha caracterizado por el cultivo de productos frescos, siendo un sector que no exporta sino que produce para el mercado interno (salvo excepciones para productos como el pimiento), siendo esto un elemento clave para la dinámica del sector.

Refiriéndonos específicamente a los productores/feriantes de la FPPFMT, queremos afirmar entonces que si bien hoy se sitúan en la zona rural y peri-urbana del Gran La Plata (Villa Elvira, Arana, Melchor Romero, Abasto, El Peligro, Villa Elisa, El Pato, Parque Pereyra y Sourigues) son en su mayoría migrantes de las provincias del norte argentino o de Bolivia (principalmente de Tarija), proviniendo generalmente de familias que tradicionalmente se

dedicaron al trabajo en el campo y arribaron a La Plata con la esperanza de poder trabajar en mejores condiciones.

Son agricultores familiares, en su mayoría productores hortícolas, quienes no han estado ajenos a los cambios producidos en el agro argentino a partir de la revolución verde, sino que su margen de acción se encuentra delimitado por el modelo hegemónico del agronegocio. Su modo de producción se caracteriza por tener como principal fuente de mano de obra al grupo doméstico, siendo su producción y la tecnología que utilizan mano de obra intensiva, y produciendo principalmente de manera convencional. Con esto último nos referimos a que si bien han recibido asistencia técnica de diferentes instituciones (INTA, UNLP, por ejemplo) acerca del proceso de transición hacia un enfoque agroecológico, en su mayoría afirman que es muy difícil transitar ese proceso por lo que continúan con su modo de producción convencional pero intentando reducir cada vez más la cantidad de agroquímicos que utilizan, acercándose así al enfoque agroecológico¹⁰. Es decir que la calidad de sus productos, que destacan tanto los productores/feriantes como los consumidores (lo cual veremos más adelante, no se basa en una forma de producción con enfoque agroecológico sino en la frescura de los productos y la relación directa productor-consumidor.

En general, arriendan un terreno ajeno en condiciones desfavorables para ellos ya que por ejemplo les aumentan el monto del alquiler continuamente y dada la inversión realizada en el terreno se ven en la necesidad de continuar en el mismo lugar ya que sino pierden mucho y les es muy difícil volver a empezar en otro lado. Además, como ya hemos mencionado, no construyen en su quinta una vivienda de material dado que cualquier mejora en el mismo no es reconocida por lo cual perderían esa inversión en caso de retirarse a otro lugar.

Se trata de familias que buscan diversas alternativas para hacer frente a las dificultades que se enfrentan, tales como la dificultad de acceso a tecnologías apropiadas, al financiamiento, asistencia técnica y se sitúan en un rol subordinado en la cadena comercial. En algunos casos excepcionales, hay productores que tienen vehículo propio con lo cual acercar su producción para ser vendida en los mercados concentradores de La Plata y alrededores puede ser una opción. Sin embargo, el ingreso a este espacio tiene un costo muy elevado no sólo en cuanto al dinero exigido para ingresar al mismo, sino que deben pagar cada día que van allí, y a su vez deben llevar una gran cantidad de mercadería (que deben vender casi en su totalidad para asegurarse regresar con algo de dinero). Por estos motivos

¹⁰Con respecto a la posibilidad de adopción del enfoque agroecológico, los productores afirman que, dadas las condiciones en que producen, tienen necesidad de generar ingresos rápidos para cubrir los gastos fijos (que logran con el modo convencional, en cantidad), lo cual les dificulta probar cambios en el modo de producción, ya que los ven como un riesgo. Asimismo, también mencionan su temor a tener productos diferentes que los clientes luego no compren (por ejemplo, temen que los consumidores no lleven verduras “*con algún bichito*” o “*un tomate que no sea rojo, bien redondito y brillante*” como hay en los supermercados).

principalmente es que esta opción suele ser descartada por los agricultores familiares, siendo los operadores mayoristas quienes ocupan ocupados los espacios de los mercados concentradores.

En la mayoría de los casos, la principal opción con que cuentan los agricultores familiares para la venta de su producción es la denominada *culata de camión*, es decir, la venta de su mercadería a un precio muy bajo a quienes entran con camiones a comprarles directamente en la quinta para luego revenderlo en mercados concentradores.

Por último, entre las dificultades con las que se encuentran los agricultores familiares cuando quieren vender su producción, queremos agregar a lo mencionado que el volumen de su producción es insuficiente y/o discontinuo; además tienen problemas de logística como no contar con lugares de acopio o tener que recurrir a servicios de flete pagos; y la normativa de control de calidad/inocuidad e higiene son inapropiadas para los pequeños productores ya que fue pensada para grandes empresas (Caracciolo Basco, Dumrauf, Gonzalez, Moricz & Real, 2012). Debido a todas las características que hemos mencionado brevemente, podemos ver que se trata de un sector con diversas dificultades para alcanzar la reproducción ampliada de su vida en condiciones dignas, entre las cuales destaca la comercialización, precisamente la problemática que da surgimiento a la FPPFMT.

2.2 La Feria en funcionamiento

Desde el año 2008 funciona la FPPFMT en la ciudad de La Plata todos los miércoles y viernes en un espacio de la Universidad Nacional de La Plata. Allí diversos agricultores familiares de la zona venden su producción sin intermediarios, directamente a los consumidores. Esta experiencia desde sus orígenes está vinculada a la universidad ya que nace enmarcada en un proyecto de extensión universitaria de la Facultad Ciencias Agrarias y Forestales que surge en 2005, que luego fue incorporando más facultades de la UNLP y fue así ampliándose y diversificándose.

Retomando un poco sus orígenes, ese proyecto de extensión inicial se originó por iniciativa de un conjunto de docentes y alumnos con diversas pertenencias institucionales (como el Ministerio de Desarrollo Humano, la Asociación Civil Barrios del Plata, la cátedra de Economía Agraria). Comenzaron con el objetivo de brindar financiamiento apropiado a productores de la zona, algunos con los cuales ya venían trabajando y otros a quienes salieron a visitar por sus quintas ofreciéndoles sumarse a esta propuesta. Así comenzó a ponerse en marcha el proyecto Banco Social de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la UNLP (BS) como una organización de microcrédito que brinda financiamiento a pequeños productores, los cuales no contaban con acceso a los sistemas de crédito formal (siendo tal una problemática aún vigente en el sector). Se conforma en ese entonces

un "equipo promotor"¹¹ integrado por alumnos y docentes de las facultades de Ciencias Agrarias y Forestales y de Ciencias Veterinarias, al que luego irán sumándose también otros actores de las ciencias sociales y de diferentes facultades de la UNLP, en una propuesta basada en coadyuvar al fortalecimiento organizativo de los productores así como a la visibilización de la AF.

A partir de realizar una adaptación de la metodología del banco Grameen¹² a las características propias de los productores de la región, el equipo promotor comenzó a trabajar con la convicción de coadyuvar a fortalecer la organización colectiva de los actores, mediante la generación de confianza. Esto dado que entre las principales características se basa en un crédito personal pero con garantías solidarias entre los miembros del mismo grupo; asimismo, un elemento esencial de la propuesta del BS es la consolidación de vínculos entre los agricultores familiares y entre éstos y los promotores del BS, por lo razón por la cual se trabaja mucho en contacto cotidiano con los productores prestatarios.

En tal sentido, en el año 2008 se conforma el Consejo de Productores como un órgano democrático conformado por representantes de todos los grupos de agricultores familiares que participan del BS, siendo un espacio de encuentro, consulta, toma de decisiones, etc. De este espacio participaban todos los grupos que recibían microcrédito, quienes en muchos casos no se conocían previamente. Allí se fueron conociendo las principales problemáticas que enfrentaban sus actores, asociadas al manejo de plagas, enfermedades, análisis de suelos, entre otras, destacándose entre las más sensibles la comercialización.

A partir de ello, se empezó a gestar una feria de productores en un espacio de la Facultad, realizándose diversos encuentros destinados a su organización, la cual tuvo lugar en octubre de 2008. Desde ese entonces la FPPFMT funciona todos los miércoles en la entrada de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, incorporándose en 2011 también la Facultad de Ingeniería como espacio de comercialización los días viernes. Así vemos que la feria nació como respuesta colectiva de los productores frente a la problemática del acceso al mercado, pensando en un espacio en donde vender sus productos de una manera más justa, evitando los intermediarios, en relación directa con los consumidores.

Actualmente participan 8 grupos de productores, teniendo cada grupo hasta 3 puestos asignados, por lo que en algunos casos van rotando para que puedan participar todos los productores del grupo que quieran ir. En este espacio que

¹¹La denominación de "equipo promotor" hace referencia a quienes iniciaron el proyecto de extensión universitaria que se basaba en un microcrédito similar al Grameen, y en donde sus referentes, coordinadores, facilitadores, se denominaban "promotores/as".

¹² Para más información ver <http://www.grameenarg.org.ar/>, y Fingermann, L. (2011) *Formas de sociabilidad en torno a una experiencia de microcrédito* [en línea]. Trabajo final de grado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.709/te.709.pdf>

funciona al aire libre (con lo cual los días de lluvia en algunos casos suele suspenderse), los hortícolas tienen un precio fijo y único: cada día de feria, los primeros en llegar se reúnen para evaluar los precios de verdulerías de la zona, del mercado y algunas otras variables y en base a eso definen de común acuerdo un precio unificado para todos el cual anotan en una pizarra grande visible al público y deben respetar todos los puestos durante toda la jornada.

La feria suele ser similar los miércoles y los viernes; participan siempre la misma cantidad de productores hortícolas, pero algunos de otros rubros van variando. Un día típico de feria podemos describirlo con la pizarra con los precios al ingresar al patio de la facultad en donde funcione ese día, y 8 puestos de verduras uno al lado del otro, exhibiendo sus productos en espacios similares con gazebos parecidos y delantales verdes con el logo de la feria y el nombre del productor. Luego también está junto a ellos el puesto de un productor que tiene un vivero y lleva un conjunto surtido de plantas a la feria; una señora que vende huevos de campo de las gallinas que tiene en su casa; otro puesto con cactus y algunos productos que comercializa solidariamente como lana, revista La Pulsada, por ejemplo, y un puesto de miel de un apicultor. Además los miércoles también hay un puesto que vende dulces y conservar caseros y los viernes dos artesanas que venden tejidos, accesorios y también sumaron hace poco conservas caseras.

El horario de funcionamiento de la Feria es de 9 a 14 hs. en primavera y verano, y de 10 a 14hs. en otoño e invierno, para lo cual los productores suelen llegar alrededor de las 7 de la mañana a descargar su mercadería, armar el puesto, etc., y luego acordar el precio que debe figurar en la pizarra antes de iniciar a vender.

La facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, donde funciona la feria los miércoles, queda en una zona de facultades un poco alejada del centro de La Plata, por lo cual los consumidores suelen ser en su mayoría docentes, no docentes y alumnos de la UNLP, ya sea de esa misma facultad o de las que están alrededor. En cambio los viernes funciona en la facultad de Ingeniería que está situada en un lugar más céntrico por lo cual suele ser un poco mayor el porcentaje de los consumidores que no pertenecen a estos tres grupos mencionados sino que viven por la zona o van por la cercanía a sus casas, trabajos, etc.

Retomando el eje en las reglas de funcionamiento, queremos destacar que todos los feriantes son agricultores familiares que forman parte del proyecto de extensión universitaria Banco Social, es esa una condición para ingresar a la feria. Así, en cada puesto podemos ver a un productor que cuando le preguntamos nos dice que pertenece a un determinado grupo refiriéndose a su grupo originario de microcréditos. Así, de la feria participan por ejemplo los grupos San Juan, Los Inmigrantes, Sourigues, Santa Rosa, El Peligro, etc.

Asimismo, para poder participar de la feria los productores/feriantes deben asistir a las reuniones mensuales que se realizan todos los segundos miércoles de cada mes en la Facultad de Cs Agraria y Forestales, lo cual funciona como un espacio de encuentro, debate y resolución de las cuestiones operativas del funcionamiento de la feria, y en donde se va revisando continuamente el reglamento interno acordado por todos los feriantes. En esas reuniones, que suelen coordinar dos promotoras del proyecto originario del BS, se presentan novedades, como invitaciones a alguna otra feria, cuestiones relativas a algún curso de manipulación de alimentos u otros que surjan, o presentación de estudiantes que hacen algún trabajo sobre esa experiencia (como fue mi caso cuando me acerqué a contarles acerca de este trabajo), etc. Otra característica de la feria, de lo cual se comenta y debate a veces en las reuniones mensuales, es el fondo de ahorro grupal (FAG). Esta es una característica que se retoma de la metodología que trabajaban con el microcrédito que originó la experiencia de las ferias, y es un ahorro de los feriantes como grupo surgido del dinero que pagan día a día cada puesto en la feria. El administrador de este fondo es rotativo, y luego de un tiempo mínimo de 3 meses, la gestión del mismo pasa a otro compañero, para que (como afirman en las reuniones y en el reglamento interno) todos vivan esa experiencia de aprendizaje. En las reuniones la persona encargada ese mes presenta el balance y se consulta si alguien quiere pedir prestado dinero de ahí y cómo es el estado de las devoluciones de préstamos anteriores. En estos casos el dinero que solicitan es utilizado para cuestiones personales y tiene prioridad quien aún no lo haya utilizado, ya que es posible pedir el préstamo más de una vez. Como se afirma en el reglamento interno, hay acuerdos que se aplican al FAG:

- Cumplir con los tres meses de coordinación del FAG.
- El monto máximo de préstamo del fondo es de \$2000
- El monto de pago de mesa por feria es de \$20
- En todas las reuniones el primer tema a tratar será el FAG. El compañero que lo gestiona deberá traer a la reunión mensual un resumen de los ingresos y egresos de cada mes
 - La prioridad para sacar créditos cuando no hay mucho dinero y varios compañeros lo necesitan a la vez, la tendrán:
 - 1-aquellos que no sacaron nunca,
 - 2-los que menos cantidad de crédito han sacado
 - 3-los que más créditos tienen si es que alcanza el dinero.
 - Debe quedar en caja en el Banco Social, el total de dos créditos (\$4000) como mínimo, para afrontar gastos, urgencias y otros créditos que se soliciten entre reunión y reunión.

-Quien necesite sacar crédito entre reuniones, deberá consultar a los compañeros en la feria su intensión antes de que se le dé el dinero. (Reglamento Interno de la Feria Manos de la Tierra).

Por otra parte, según un estudio realizado en 2012¹³, los consumidores de la feria son en su mayoría mujeres de entre 31 y 65 años con estudios de grado/posgrado completos o estudiantes de la UNLP. Habiéndose enterado de la existencia de esta experiencia principalmente de boca a boca (por pertenecer de algún modo a la UNLP) asisten semanalmente a hacer sus compras. Entre los aspectos que destacan prima la calidad y la frescura de los productos, el trato de los feriantes y el hecho que se trate de productores familiares (Caracciolo Basco, 2012).

Para concluir con la descripción de la feria, queremos destacar que los integrantes del equipo que inició este proyecto de extensión universitaria afirman que a lo largo de estos años se ha constituido como un espacio de fortalecimiento de la relación entre productores, de asociativismo, organización colectiva, así como también en un espacio de intercambio y comercialización, de relación directa productor-consumidor, que fortalece los vínculos y da visibilidad a la AF. Como afirman ellos, con sus idas y vueltas es hoy un espacio de aprendizaje y crecimiento continuo. Consideramos que llegado este punto, para comprender el significado que tiene esta experiencia para los productores/feriantes resulta necesario adentrarnos en el universo de sentidos por ellos construidos, por lo cual a continuación nos centraremos en “escuchar sus propias voces”.

¹³ Estos datos fueron extraídos mediante una encuesta realizada en la Facultad de Cs. Agrarias durante un día de feria (miércoles) entrevistando a casi el total de consumidores en esa fecha. Si bien es una información exhaustiva, remite sólo a una época puntual del año, a uno sólo de los dos espacios donde actualmente funciona la feria y a su vez fue realizada en el año 2012, con lo cual no pretendemos generalizar estos datos sino simplemente presentar algo de información disponible acerca de quiénes son los consumidores, teniendo en cuenta estas aclaraciones.

❖ Capítulo 3. El Universo de sentidos de los productores/feriantes

Es día de feria y para los productores/feriantes de la FPPMT la jornada comienza temprano. Después del trabajo en la quinta, que inicia bien entrada la madrugada, salen del campo para dirigirse a la ciudad de la plata a comenzar poco a poco a armar sus puestos. Cada uno tiene su lugar asignado, y aunque algún compañero falte, ese espacio no es ocupado por nadie, no se trasladan al puesto de al lado sino que ese espacio se deja y cada uno arma el puesto en su lugar previamente acordado.

Se los puede ver acomodando todos sus productos, en su mayoría con la colaboración de su familia, siendo en algunos casos los hombres quienes participan en el armado del puesto que luego atiende la mujer, y pasado el mediodía comienzan a juntar todo y cargar el camión nuevamente. Siempre suele haber niños o bebés dando vueltas entre los adultos que se encuentran trabajando. Según cuentan ellos mismos, la jornada comienza la noche anterior armando los cajones.

3.1 La Feria como espacio de acuerdos económicos

El día de feria algunos parten a las cinco de la mañana hacia el centro de la ciudad, otros un poco más tarde. Los primeros en llegar se reúnen allí temprano a debatir y acordar el precio de venta que tendrá cada verdura ese día, para luego anotarlo en la pizarra. Su guía para tomar esta decisión son los precios de las verdulerías y del mercado concentrador, pero esta tarea no suele ser fácil porque existen distintos criterios: basarse en la verdulería cercana a la feria, o en la de la zona de donde proviene cada uno (muy distantes y con diferencias en sus precios), o en el precio en el mercado, por ejemplo. Como lo relatan en algunas entrevistas:

"El precio nos reunimos todos. Primero llegamos temprano a la feria, arman su mesa, todo, y bueno 'pongan su precio', y a veces discutimos porque el uno que vive por allá por El Pato tiene un precio y acá tenemos otros. Y porque en El Pato allá vale la verdura, y acá está más barata. Entonces tratamos de llegar a intermedio. (...) Mi idea es esa, que se tiene que basar con la verdulería. No al precio del mercado ni de la quinta" (Entrevista a Belén¹⁴, La Plata, 09-01-2016)

"Ponemos los precios, si algunos no estamos de acuerdo bueno, la mayoría manda. Se decide en la mañana temprano. Y el que llego el último se tiene que aceptar lo que otros decidieron el precio. Siempre hacen así. (...) Se vende a un precio más alto de lo que se vende acá (en la quinta). Te conviene. El tema es que si se vende todo, irías más

¹⁴Los nombres de los miembros de la FPPFMT han sido modificados para mantener su anonimato

seguido a la feria, pero nosotros en el grupo de Arana rotamos, y a veces vas, y no vas, y ese es el tema. Te conviene, si se vende sí, porque ponele, el morrón creo que nunca bajó de los 20 pesos. Bueno, antes cuando en la feria vos vendías a 10 pesos el kilo, en la quinta el camión te estaba pagando 5 pesos el cajón (que tiene como 7 kilos). Y ahora creo que en la feria está 20 el kilo y aquí te están pagando 30 pesos." (Entrevista a Romina, La Plata, 30-01-2016).

Sin embargo, como se desprende de los mismos productores/feriantes, estas discusiones no remiten a diferencias irreconciliables, sino que son parte de la misma relación.

"No, siempre hay roces. Ahí me discuto con muchos (...) Con eso siempre peleamos, discutimos mucho con el precio. Pero nos manejamos igual, porque no es que nos discutimos y no nos hablamos y ya, no. Porque una cosa es discutir por una cosa y otra cosa es ver en lo personalmente. (...) A pesar de todo nos entendemos igual." (Entrevista a Belén, La Plata, 09-01-2016).

Por otra parte, durante el transcurso de la jornada podemos observar que, a medida que tienen un tiempo en donde no hay muchos clientes, la persona encargada de *cobrar la mesa*, es decir, juntar el dinero del día para el FAG, va recorriendo los puestos. Este tema también suele ser eje de algunos conflictos, lo cual se refleja por ejemplo en las reuniones mensuales, que es en donde se ponen al día quién debe dinero, quién quiere pedir préstamos y entonces tienen que ver a quién priorizar. También sucede que no suelen ser muchos los que les gusta estar encargados de administrar ese dinero, por lo cual quieren rotar antes de cumplido su ciclo, etc. En estos casos siempre se apela a los acuerdos comunes, lo que dice el reglamento interno, lo que se debatió en otras reuniones; en definitiva se recurre a las reglas establecidas en conjunto y, en caso de ser necesario, se debaten cambios (como ocurrió en una de las reuniones que presencié que modificaron el monto del dinero de reserva para el FAG).

3.2 La Feria como espacio de comercialización

Antes de la construcción de la feria, la mayoría de los productores sólo vendían en su quinta a los intermediarios que iban a comprarles (aunque en aquellos casos que contaban con vehículo propio iban a vender ellos mismos al mercado concentrador). Es decir que no asistían a otras ferias con lo cual ésta fue su primer experiencia de este tipo lo cual les implicó algunos cambios.

Si bien tiene ciertas limitaciones, como el hecho de que sea al aire libre, con lo cual los días de lluvia suele suspenderse (o si van no venden mucha cantidad), el escaso volumen de venta en la feria en relación a su producción que no les permite dejar de vender en el mercado concentrador o en la quinta (porque en la feria "*no vendés todo*" "*lo que no vendés lo tenés que tirar*" y "*en la feria defendés el precio pero el camión lo bueno es que te lleva todo*"), los

productores/feriantes en general dan cuenta de una apreciación positiva de la feria ya que afirman que si fuese más días la feria y/o si se pudiera vender toda su producción allí ellos dejarían de vender en el mercado o al camión. Este espacio representa entonces una posibilidad, que antes no tenían, de poder recibir un mayor ingreso por sus productos que se suma a otras modalidades de comercialización que son alternativas al circuito convencional y que han surgido los últimos tiempos, como los bolsones de verduras que preparan por pedido, y se entregan en nodos de consumidores organizados¹⁵. Así, algunos de los feriantes además de vender en la FPPFMT, también están empezando a vender con esta modalidad, con lo cual vemos que la feria es una de las alternativas que construyen los productores para comercializar sus productos, las cuales complementándose les permiten ir reemplazando el circuito convencional.

Por lo relatado hasta aquí, pareciera que las relaciones entre los productores son principalmente de tipo comercial, y los conflictos se dan en ese ámbito. Inclusive cuando se indaga en las entrevistas, también se desprende principalmente esto, la feria "*es la posibilidad de un ingreso, un buen ingreso*". Podemos agregar que en la información volcada en las planillas de relevamiento de volumen de venta por día que fuimos confeccionando conjuntamente desde junio 2015, también se refleja que la venta en la feria les deja un ingreso económico que, según relatan los productores/feriantes, es mayor a lo que les queda de la venta a los intermediarios. Sin embargo, cuando indagamos un poco más podemos encontrarnos con otros significados más de este espacio de comercialización.

3.3 La Feria como impulsora de cambios: en la producción, al interior de la unidad doméstica, en la rutina

En lo que respecta a la forma de producción, algunos productores separaron la producción destinando un sector exclusivamente para la feria, o comenzaron a producir de manera un poco más variada para llevar a la feria menos cantidad y más variedad. Romina por ejemplo nos cuenta que su hija estudiaba y la ayudaba a ella un poco en las labores en la quinta, pero a partir de su incorporación a la feria, y por una circunstancia familiar, decidió cederle dos invernáculos para que produjera ella misma para la feria y pudiera independizarse y tener su propio ingreso, lo cual antes no aparecía como una posibilidad para ellas.

Asimismo, al interior de las unidades domésticas también hubo algunos cambios dado que se incorporó una nueva actividad. En tal sentido, pudimos observar que en algunos casos van a la feria los dos adultos, a veces con los niños más pequeños, y en su mayoría son

¹⁵Para una breve caracterización de estas modalidades alternativas de comercialización ver Caracciolo Basco, Dumrauf, González, Moricz y Real (2012) *Modalidades alternativas de comercialización en la agricultura familiar: entre el supermercado y la soberanía alimentaria*. VI Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales "Economía Social y Solidaria: Experiencias, Saberes y Prácticas", FCS-UBA, Buenos Aires.

las mujeres las que atienden los puestos mientras que los hombres se encargan de cargar y descargar los camiones e ir reponiendo los productos a medida que se van vendiendo. En algunos casos el rol de feriante es exclusivo de la mujer, siendo que por ejemplo cuando Romina estuvo embarazada y esto le impidió ir a la feria, su puesto quedó vacío, o cuando el bebé de su hija era muy chico y no lo quería llevar, también tuvo que dejar de ir a la feria.

Adicionalmente, también fue un cambio para los productores verse en el rol de feriantes, en un espacio de la universidad, en la ciudad, con otros compañeros a quienes en algunos casos no conocían. Así nos lo cuentan en sus entrevistas a partir del recuerdo de sus primeros días de feria:

“Al principio vos sabes que me dio una cosa! Era que tímida, una vergüenza (se ríe). Yo me deseaba ir, pero el día que he ido, no sabía dónde meter la cabeza (se ríe). Como que te da vergüenza. No sabía cómo se arreglan, nada. Que el puesto...Y después ya....primerito lo sentía que era muy cansador, pero después ya....,porque había gente conocida, que empezás a charlar, que de dónde sos.” (Entrevista a Belén, La Plata, 09-01-2016).

“El primer día de feria cuando entré, en el lugar al lado de donde está María con las artesanías, qué se yo, ‘ponelas acá’, ‘bueno’, eh...donde veía quienes eran los que vendían, ponele, por así decirlo, como sabía que iban a ser compañeros, me acercaba ‘hola, cómo te va, me llamo Susana, cómo te llamas’, qué se yo, eh, ponele, como cuando sos chiquitito, lo mismo. Y...así me fui integrando”. (Entrevista a Susana, La Plata, 30-12-2015)

“Cuando yo fui no había más que, Lorena creo que iba. Lorena y del Peligro que iba ‘ña Lidia y ‘ña Margarita. Después había otra señora también, y no sé. Ese día rara, porque te pones nerviosa, no podés atender a la gente, no sabés cómo atender a la gente (se ríe). Y después conoces a la gente, a veces te caen bien, a veces te caen mal (se ríe)” (Entrevista a Romina, La Plata, 30-01-2016).

Asimismo, la feria, además de ser un lugar de encuentro, permite a la familia el esparcimiento, un salir de la rutina del campo. En algunas visitas pudimos observar que los hijos de los productores/feriantes aprovechan para ir a pasear o jugar al bosque o a alguna plaza cercana con uno de los padres mientras el otro se queda atendiendo el puesto. También en las entrevistas mencionan que *"te despejas"*, *"te entretienes"*, *"chismeas"*, o charlan con la gente, se cuentan cómo están, incluso han dicho *"te cambia. Yo a veces me olvido que estoy enferma, de a ratos me olvidaba que estaba embarazada (se ríe). Y no, ¿es que te olvidás!"* (Entrevista a Belén, La Plata, 09-01-2016). También Luis afirma *“Sí, a mí me encanta, me gusta charlar, me gusta conocer, o sea, ya que estamos tan encerrados salir un poco, entonces viste hay que tratar de criar otro ambiente, qué se yo. Yo soy de eso, yo me prendo a todo”* (Entrevista a Luis, La Plata, 05-01-2016).

3.4 La Relación entre productores/feriantes

Por otra parte, queremos detenernos a indagar en la relación entre productores/feriantes. En un día de feria también se puede observar que cuando algún puesto está libre, o en los momentos en que no hay tanto movimiento de gente, los productores/feriantes salen de su puesto para acercarse a otro y charlar de algo, preguntarse cosas, etc. Compartir tantas horas juntos va generando cierta dinámica y se van construyendo diversas relaciones. En general, muchos de ellos son familiares entre sí, o vecinos, que se conocieron en su mayoría al radicarse en La Plata y, según algunos de ellos nos cuentan, por venir en su mayoría de ciudades cercanas comparten códigos, costumbres, etc.

A lo largo de las visitas a las ferias, en donde realizamos observación participante (y de allí surgieron charlas ocasionales), y en las entrevistas realizadas, fuimos indagando en estas relaciones. En tal sentido, si bien en su relato los productores no destacan una relación de amistad (excepto con algún otro productor puntual), pudimos observar que la relación no es meramente comercial. Para afirmar esto nos basamos en algunos momentos que presenciamos, como por ejemplo los siguientes: cuando alguien falta en un puesto siempre algún compañero pregunta cómo está algún familiar para ver que no le haya pasado nada, o si alguien está con un dolor o una enfermedad le preguntan cómo está y le dan algún consejo u ofrecen ayuda; con el dinero del FAG ayudan a una productora a pagar su transporte hasta la feria; si un gazebo se rompe, los demás lo ayudan a arreglarlo o sino comparten el espacio; cuando se llena de gente un puesto una compañera del puesto vecino se lo atiende, o sucede lo mismo si justo la persona de ese puesto había salido; en los momentos en que hay poca gente se los ve circulando entre los puestos, juntándose a charlar en un puesto, luego en otro, se reúnen, separan y vuelven a reunirse, entre comentarios, debates, risas, etc.; se prestan dinero en el día que luego se devuelven; Miriam que vende dulces y conservas hechos con frutas y verduras de su propia producción, le suele llevar semillas a Manuel para que incorpore variedades a su vivero e intercambian consejos; Cuando Susana lleva comidas para vender en el almuerzo y de paso tener otro ingreso que la ayude (como afirma ella), los demás productores no compran en el buffet de la facultad como de costumbre sino a ella, así como también Selene siempre le regala verduras para alimentar las gallinas y también para ella y su familia; Entre productores/feriantes se intercambian productos o se los venden a un precio menor. Inclusive en algunas oportunidades estaba en la feria, intercambiando con los productores/feriantes, una mujer de otra organización que hacía trueque entre los productos de la feria y los panificados que ella elabora; Cuando fui a hacer una de las entrevistas, a los treinta minutos se empezó a llenar de gente la casa, todos productores/feriantes, con sus familiares, que estaban ahí porque había asado, para despedir el 2015 y empezar el 2016 (pasaban con bebidas, vasos, con verduras para lavar,

cortar, hervir, mientras estaba prendido el fuego y varios sentados alrededor contando anécdotas).

Es decir que, si bien en las entrevistas destacan a la feria principalmente como un ingreso extra, “*una entrada más*”, un lugar donde defender el precio, pudimos observar que es más que eso; y en ese algo más podemos identificar que se construyen relaciones afectivas con los clientes (en lo cual a continuación nos detendremos) pero también entre los productores/feriantes, entre quienes se va consolidando un espacio colectivo. Como mencionamos anteriormente, también van surgiendo conflictos que son propios de dichas relaciones.

3.5 La relación productor-consumidor

Por otro lado, para comprender el significado que los productores/feriantes le dan a su participación en la feria, debemos analizar un poco más la relación con los consumidores.

En un día típico de feria, con solo estar cinco minutos observando, se puede ver que la gente no está apurada, sino que hace fila y espera para comprar en cada puesto, inclusive pareciera que hay muchos productores con *clientes fijos*, como dicen ellos. Llega su turno y con una sonrisa se saludan, preguntan cómo andan y en algunos casos tanto productores/feriantes como consumidores se preguntan por cómo está la familia, los hijos, el trabajo, o se consultan recetas, etc. Inclusive algunos, como Susana, cada viernes espera con dos maples de huevos a Ramiro, un médico que va hasta allí a retirar ese pedido, y si llueve o si se desencuentran, se contactan por teléfono. También puede verse a Manuel que es viverista, con una bolsita separada con alguna planta para alguien que se la encargó, o Camilo con miel o stevia que a veces le hacen encargues y él, sin aceptar una seña, toma el pedido y a la semana siguiente lo lleva y deja separado esperando que vengan a retirarlo. También es recurrente presenciar situaciones en las cuales algún consumidor se acerca a un puesto a devolverle el dinero que le quedó debiendo la semana pasada, o ver que cuando buscan en su billetera dinero para pagar y no encuentran, los feriantes les dicen que no se preocupen, que lleven el producto y después cuando puedan le pagan. Esto refleja que este canal de venta directa implica otro tipo de relaciones, diferentes a las convencionales en donde la confianza juega un papel importante; relaciones que surgen a partir del encuentro, del compartir momentos y saberes.

"Te charlan. Ir a la feria es como que te despejás la mente. No estás con que 'el campo el campo el campo'. Ahí como que conocés nuevas personas, te charlan, te cuentan, a veces te cuentan sus problemas o a veces te ven mal y te dicen '¿che qué te pasa, cómo estás?'. O también vos contás tus problemas. (...) Viste que los mismos clientes te conocen y te compran. Yo la verdad tengo muchos clientes. Y te cuentan que

viajaron y les fue así, o te cuentan que 'mirá estoy dando clase', y...'¿viste?' Pero te cambia, te cambia. Yo a veces me olvido que estoy enferma, de a ratos me olvidaba que estaba embarazada (se ríe). Y no, ¡te olvidás! Y cuando se acaba la venta es como que ahí ya te viene el cansancio (risas)." (Entrevista a Belén, La Plata, 09-01-2016).

También en esta relación a veces hay algún conflicto, como nos cuentan en las entrevistas:

B: -Y vienen y te preguntan' ¿por qué lo tenés tan caro una semana?, la otra semana estaba... '. No se quejan cuando está barato. Pero yo le digo, hay semanas que esta caro, hay semanas que están baratos porque varían ¿por qué? Porque el tiempo. Este tiempo de invierno ya no sale choclo. Lo poco que hay, sale. Cuando hay mucho, baja y cuando hay poco, sube. Nosotros nos conviene cuando sube porque defendemos, porque está tu trabajo que vos estás al rolete, que el abono, la semilla, el alquiler, que la luz, porque vos mes a mes tenés que pagar, que regar todos los días que tenés que regar todos los días porque sino se te jode la producción. 'Que está chica, tiene que tirar la semilla y ya'. 'Y no', le digo, 'usted viene, usted yo le doy la semilla tirela y que venga' (se ríe). Y pero, no, le digo. Algunos se ponen a discutir con ellos mismos, que están en la cola. 'Y usted debería ir a trabajar con ellos al campo, porque la semilla se compra, y usted va a la verdulería y es una mierda lo que venden. Vos compras un paquete de acelga y si no lo usas ese día, se pudre'. Y se ponen ahí, si no es en mi puesto es en otro.

E: - ¿Quiere decir que hay unos consumidores que ya defienden la feria?

B: - Si, la defienden. Y siempre hay dos o tres que están ahí y 'si te llevo 5 ¿cuánto me hacés? ¿y si te llevo 3?'...y está ahí, regateándose, está con la verdura. Y yo no voy a regatear así con el precio; cuando compro la semilla, le digo (...) y no, jamás te van a bajar, ni un peso te hacen (las semillerías). Todo lo contrario, si vos vas la otra semana, cada semana sube." (Entrevista a Belén, La Plata, 09-01-2016)

"Por ahí a veces chocas porque te dicen que por ejemplo que 'vos por ser productor tendrías que ir a vender tu verdura más barata'. Y entonces como que te molesta, pero son pocos los que te dicen eso. No les digo nada. O si a veces van y te dicen, 'si es fácil', o hay personas que te dicen 'si tiras una semilla y viene, no necesitas remedio, nada'. Yo le digo que no,' es diferente, es diferente a que ud. tenga que tirar una semilla y yo que tengo que tirar muchas semillas, a que sacar en cantidad para mandar' le digo. Mantener la semilla. (...) Porque hoy en día si no lo curas no viene. Mucha gente hoy en día quiere orgánico. Pero se descontenta cuando ven un gusano, o algo, la verdura que está lastimada o comida por algún bicho. Entonces es para decirle, 'como que quieres orgánico si, mirá si dejamos todo orgánico y después lo llevamos a la feria, mirá' (risas)". (Entrevista a Romina, La Plata, 30-01-2016).

Podemos ver entonces que, no sólo la relación entre los productores/feriantes sino también entre productores y consumidores, no está exenta de conflicto. Aquí retomamos entonces lo que mencionan Murmis y Feldman (2002) acerca de cómo el conflicto es parte de la construcción de lazos sociales, siempre está presente, y en tal sentido no deben analizarse las relaciones por su ausencia o presencia sino comprender que es parte integral de las mismas.

3.6 La Feria como espacio de construcción de soberanía alimentaria

Más allá de las anécdotas mencionada más arriba en donde algunos consumidores cuestionan los precios mientras otros clientes fijos defienden a los productores, debemos resaltar el hecho mismo de que existan esos debates e intercambios. Esto da cuenta de la importancia de estos espacios de encuentro en donde hacer avanzar el paradigma de la soberanía alimentaria porque los circuitos cortos permiten acortar distancia y conocer lo que se consume, cómo fue producido, por quiénes, en qué condiciones, y poder decidir a partir de estos conocimientos, lo cual nos parece de suma importancia en el camino hacia la construcción de otra economía. Al respecto citamos algunos fragmentos de las entrevistas realizadas a los productores/feriantes:

"Es lindo cuando la gente te valora tu trabajo (...) Hay personas que siempre vuelven a comprarte, te dicen 'que linda tu verdura', que te sentís bien, que estás haciendo algo bien". (Entrevista a Romina, La Plata, 30-01-2016)

"La gente va a comprar a Manos por ahí por la verdura que es más, no es muy manoseada, como al mercado viene de una persona, va, lo lleva a una persona, a otra, y así se arruina la mercadería, no es lo mismo (...) A mí me dicen que las plantas que llevan de ahí no se mueren, que las plantas que llevan de otro lado si se mueren". (Entrevista a Luis, La Plata, 05-01-2016)

"O a veces ponemos el mismo precio de la verdulería pero defendiendo la calidad, es mejor calidad. El que ponen en oferta en la verdulería es lo que se está pasando. Y algunos vienen y te dicen 'vos lo tenés más caro que la verdulería' y le digo 'no señora, porque lo que está en oferta es porque está muy rojo, está muy blandito, o porque es chiquitito lo ponen en oferta. Esto fíjese la calidad, la frescura, usted verá si lo quiere llevar o no'. (...) Compran en la feria porque es fresco, porque le dura la verdura y otra es porque sabe de donde está llevando, porque nosotros somos productores". (Entrevista a Belén, La Plata, 09-01-2016)

3.7 De lo individual a lo colectivo, y la relación con el Estado

Retomando los aportes de los promotores de la feria, a través de los años se fueron dando pasos que fueron dejando de lado lo individual para ir priorizando el conjunto, el otro, lo colectivo. Inclusive extendiendo un poco más esta idea, podemos ver cómo se fueron interrelacionando con otros colectivos, otros productores y otros espacios. Una situación de este tipo se dio en marzo del 2016 cuando se realizó en la zona de La Plata el *tractorazo* quintero, llevado adelante por los productores familiares frutihortícolas de la región. Unos días antes, los productores de la feria debatieron acerca de qué decisión tomar como grupo, y los que no se sentían parte del rubro que convocaba, no dudaron en sumarse igual, por solidaridad con los compañeros, lo cual derivó en la suspensión de un día de feria. En este

caso puede verse cómo el grupo de productores/feriantes de la FPPMT se unió a una lucha del sector a la cual fueron en representación de este espacio.

Por otra parte, a partir del proyecto de extensión originario, los productores se vincularon más con el Estado desde sus distintos espacios, aunque siempre primando la Universidad y luego el INTA.

En primer lugar, los productores/feriantes en su mayoría mencionan que están agradecidos a la universidad por dejarlos vender ahí, por permitirles estar en ese espacio. Generalmente este agradecimiento aparece personalizado, ya sea hacia el secretario de extensión como los diferentes docentes y alumnos que conformaron el equipo promotor del BS. Consideran también ese microcrédito una gran ayuda, y nos cuentan cómo a partir de su pertenencia en estos espacios es que accedieron a diferentes cursos como los de manipulación de alimentos, talleres sobre agroecología, elaboración de dulces y conservas; accedieron a asesoramiento en temas jurídicos a partir del consultorio jurídico agrario gratuito, entre otros. También pudimos observar que en las reuniones mensuales suelen recibir información sobre el monotributo social agropecuario y RENATEA, por ejemplo, debatiendo la importancia de esto y cómo inscribirse. Además en dichas reuniones suelen presentarse estudiantes, como fue mi caso, para conocer la experiencia, hacer alguna investigación, ver cómo ayudar con la difusión de la feria, etc. Esto último consideramos que es importante ya que permite no sólo difundir la feria como espacio de comercialización para llegar a más consumidores sino también visibilizar y difundir la AF y los mercados solidarios. Ya hemos mencionado más arriba la importancia que consideramos tiene instalar estos temas en la agenda pública y difundirlos lo más posible en toda la sociedad para así también generar articulaciones entre los trabajadores.

De igual modo, a partir de la construcción de esta experiencia comenzaron a recibir invitaciones a participar de otras ferias, como en la facultad de Cs. Veterinarias, los mercados populares, ferias organizadas por agrupaciones políticas y diferentes colectivos, así como la feria del paseo de la economía social y solidaria que organizada el rectorado de la UNLP y para cuya construcción tomaron como base la FPPMT. Estos nuevos canales de comercialización alternativos implican más ingresos económicos pero también más espacios en donde defender su trabajo, valorizarlo, y articulación con otras organizaciones y trabajadores, lo cual ya mencionamos que es imprescindible en la construcción de otra economía.

3.8 La feria como espacio de la economía social y solidaria

Sintetizando, podemos ver entonces cómo a partir de la feria se construyen espacios de encuentro entre productores/feriantes y entre ellos y los consumidores, que establecen lazos que si bien se arraigan en lo mercantil, exceden dicha relación, y se van generando lazos afectivos.

Es un espacio de intercambio en donde aparece la confianza, el reconocimiento y la valorización del trabajo de los agricultores familiares, y en el cual hay intercambios basados en prácticas y valores solidarios, como ya se expresó, no exentos de conflictividad

Uno de los ejemplos capaces de reflejar la tensión y a la vez la solidaridad que pude observar en primera persona fue la buena predisposición y confianza de los productores/feriantes a completar la planilla que le entregué en cada día de feria en la cual ellos debían brindarme información, al principio sin conocerme, acerca de cuánto vendían y cuál era exactamente su ingreso económico cada día.

Podemos afirmar que la feria significa un ingreso económico a las unidades domésticas de los productores/feriantes. Pero no es sólo eso. También representa la posibilidad de articular con los consumidores, difundir el paradigma de la soberanía alimentaria, articular con otras organizaciones, tener mayor vinculación con el Estado en sus diferentes formas, etc.

De este modo vemos que es un espacio no regido únicamente por el lucro sino que solidaridad y economía van de la mano, y en los intercambios y el encuentro están presentes la confianza y la cooperación. Es decir que se trata de un mercado solidario de la agricultura familiar que para sus propios actores tiene múltiples significados, entrelazados, no todos expresados explícitamente sino observables mediante sus prácticas, pero que nos permiten pensar en el camino a la construcción de otra economía.

Consideraciones finales

Cuando iniciamos el presente trabajo teníamos diversas inquietudes acerca de lo que nos encontraríamos al realizar el trabajo de campo. A medida que fuimos ahondando en esta experiencia pudimos ir arrojando luz sobre los diferentes interrogantes a los cuales nos propusimos intentar dar respuesta. Así, a lo largo de los diferentes capítulos hemos podido ir comprendiendo las perspectivas y representaciones que construyen los productores/feriantes de la FPPMT acerca de su participación en la misma y sobre los procesos de construcción de ESS.

Para ello, comenzamos contextualizando la experiencia, enmarcándola en el sistema capitalista, en su actual fase de crisis, y con los impactos que esto ha tenido y tiene en la sociedad en su conjunto así como en los sectores populares y en el agro argentino puntualmente en la AF. A partir de esto podemos pensar cómo el marco más general por un lado limita el accionar pero por otro lado también coadyuva al surgimiento de experiencias de este tipo, como respuesta a determinadas problemáticas. En este caso, nos propusimos intentar situarnos desde la mirada de los propios actores que construyen día a día estos espacios para poder comprender el significado que tiene para ellos mismos.

Así pudimos ver que en principio la FPPMT es un ingreso extra al dinero que reciben de la venta de sus productos en la quinta o en el mercado concentrador, un ingreso en donde reciben más dinero por sus productos, con lo cual vendiendo menos cantidad obtienen el mismo dinero (ya que evitan el intermediario). De esto se desprende la necesidad de poder aumentar el volumen de venta en la FPPMT, ya sea con más frecuencia, más compradores los mismos días, en un espacio cerrado para que no tengan que tirar lo que no se vende, etc. Nos parece de suma relevancia poder indagar más profundamente en cómo dar respuesta a esta necesidad de los productores/feriantes para que puedan vender únicamente en esta feria o en diferentes mercados solidarios, evitando tener que participar de canales convencionales de comercialización. Es decir, consideramos que sería un aporte muy importante poder analizar qué estrategias de comercialización alternativas a las convencionales hay y se vienen construyendo y sosteniendo (como la compra pública, los mencionados bolsones, las diferentes comercializadoras de intermediación solidaria, los mercados asociativos mayoristas, por ejemplo), e indagar cómo se articulan y complementan para poder reemplazar paulatinamente a los circuitos convencionales de comercialización. Sin embargo, aquí sólo nos proponemos plantear estos interrogantes ya que nos parece que tal tarea excede al presente trabajo.

Por otra parte, en el capítulo 3 pudimos dar cuenta que la FPPMT es también algo más que un ingreso económico. Retomando las características de los mercados solidarios, donde

la búsqueda de ventajas económicas particulares de sus participantes se basa en consideraciones morales tendientes a evitar que alguien vea afectada las condiciones de reproducción de su vida, pudimos indagar en otros significados de la FPPFMT. Es también un espacio en donde se construyen otras relaciones, que en principio son comerciales (en algunos casos cruzadas por vecindad o parentesco), pero que van transformándose construyendo lazos afectivos, tanto entre los productores/feriantes como entre éstos y los consumidores, así como lazos de solidaridad con otros sectores de la sociedad.

En estas relaciones vemos que priman valores que mencionamos al caracterizar la ESS, desde diferentes autores, con lo cual esta experiencia nos lleva a pensar que es posible construir otros mercados con otras características que se adecúen más a otra economía, aún en el marco de hegemonía del sistema capitalista. Es decir que, si bien se desprende de las entrevistas realizadas que la FPPFMT es para los productores/feriantes “una ingreso más”, al indagar en esta experiencia nos encontramos con todo un tejido social que se construyó allí, que nos habla de la posibilidad de construir una economía y un mercado que reconstruya sociedad, que reconstruya los lazos sociales e integre lo que el sistema capitalista tiende a desintegrar y excluir.

Indagar en esta experiencia también nos ayuda a pensar cómo se pueden construir espacios desde los sectores populares para ir transitando hacia otra economía. Lejos de intentar analizar si los propios actores piensan su accionar cotidiano enmarcado en una transformación a la que conscientemente se proponen construir o no (lo que para algunos autores es condición para el surgimiento de otra economía), nos parece importante conocer estas experiencias principalmente porque creemos que son un punto desde el cual pararnos para pensar en la posibilidad de construcción de alternativas. Y nos pareció que el mejor modo de conocerla era a partir de la mirada de quienes día a día ponen el cuerpo en esta construcción. En tal sentido, la FPPFMT es para los agricultores familiares del Gran La Plata que participan de la misma, la posibilidad de que su trabajo sea valorado, es donde hacer valer su esfuerzo, su trabajo, la calidad de lo que producen, y a partir de este reconocimiento los ayuda en la reproducción ampliada de su vida. Como ya hemos mencionado, es un espacio no exento de conflictos, y consideramos un tanto ingenuo pensar que solidaridad y conflicto deban estar separados, sino que coincidimos con Murmis y Feldman (2002) en que el conflicto es propio de las relaciones sociales.

Asimismo, hemos visto que para los productores/feriantes este espacio no es suficiente, ya que deben vender también sus productos en mercados convencionales guiados por la lógica capitalista del lucro, lo cual no creemos que le reste valor a su participación en la FPPFMT como construcción alternativa. Aquí entonces cobra importancia tener en cuenta el rol que juega el marco más general del contexto y también nos invita a pensar la posibilidad

de que puedan ampliar el volumen de venta en este mercado solidario. Igualmente, es también importante destacar que a partir de la construcción de la FPPFMT los productores/feriantes tuvieron la posibilidad de participar en otros espacios similares, e inclusive tomando esta feria como ejemplo se generaron algunos otros mercados solidarios con articulación de más organizaciones, como lo es el Paseo de la Economía Social y Solidaria de La Plata.

Esto último nos lleva a retomar la importancia del Estado y en particular de la universidad apoyando y coadyuvando en esta construcción. Vemos también que la articulación entre diferentes experiencias es importante y es por dónde hay que seguir el camino. No es un recorrido exento de conflictos ni dificultades que puedan frenar y quizás hacer retroceder un poco sobre los pasos, pero creemos que lo importante es retomar como afirma Chesnais (2009), la necesidad de “fabricar respuestas colectivamente”. Y en tal sentido, el concepto de heterotopía nos ayuda a pensar esta experiencia como parte de una realidad realmente existente, que se construye día a día en el presente dándonos pistas de un futuro posible de sociedad mejor para todos.

Por último, queremos mencionar que si comenzamos este apartado afirmando que habíamos iniciado este trabajo con diversos interrogantes a los que de algún modo pudimos dar respuesta, también queremos manifestar que del mismo nos han surgido nuevas y variadas preguntas. Entre otras, podemos mencionar las siguientes: ¿Cómo se podrían mejorar las condiciones de producción de los productores familiares del Gran La Plata? ¿Cómo se articulan los diferentes eslabones en la cadena de producción, distribución y consumo en los mercados convencionales que participan los agricultores familiares y cómo se podría modificar para que coadyuve a la construcción de una ESS? ¿Qué rol juegan los consumidores en esta construcción, qué significado tienen para ellos los mercados solidarios? Pensando en la demanda de productos agroecológicos, las dificultades que plantean algunos productores tanto para producirlos como para comercializarlos, nos preguntamos ¿Cómo se podría acortar las distancias entre las demandas de los consumidores y los productos que ofrecen los agricultores familiares para fortalecer los mercados solidarios y la soberanía alimentaria? ¿Cómo incide en la subjetividad de alumnos, docentes, no docentes y vecinos la presencia de la feria en un espacio al interior de la universidad? ¿De qué manera estas experiencias desde los sectores populares frenan/pueden frenar el avance de la lógica neoliberal predominante en la actualidad? Si bien estos interrogantes nos resultan por demás interesantes, consideramos que los mismos exceden el presente trabajo integrador final, pero sería muy enriquecedor que sean incorporados en futuras investigaciones.

Bibliografía

- Alonso, L. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Fundamentos, Madrid.
- Araya Umaña, S. (2002). "Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión", en *Cuadernos Sociales*, FLACSO, Costa Rica.
- Benencia, R. (coord.), (1997) *Área Hortícola Bonaerense. Cambios en la producción y su incidencia en los sectores sociales*. Ed. La Colmena, Buenos Aires.
- Caracciolo Basco, M. (2012), *Estudio de los consumidores de la feria de la agricultura familiar Manos de la Tierra. Aportes para la construcción de la Economía Social y Solidaria*. Ediciones INTA, Buenos Aires.
- Caracciolo Basco, M, Dumrauf, S. González, E., Moricz, M., y Real, A. (2012), "Modalidades alternativas de comercialización en la agricultura familiar: entre el supermercadismo y la soberanía alimentaria". *VI Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales. Economía Social y Solidaria: Experiencias, Saberes y Prácticas*, FCS-UBA, Buenos Aires.
- Caracciolo Basco, M. (2013), *Los mercados y la construcción de tramas de valor en la Economía Social y Solidaria (rural y urbana)*. Programa de Economía Solidaria. Documento de la Cátedra Economía Social y Solidaria. Enfoques Contemporáneos. IDAES. UNSAM. Buenos Aires. Versión Preliminar
- Caracciolo Basco, M. (2016), *Situación de la institucionalidad de apoyo a la innovación comercial y de los procesos de gestión comercial de la agricultura familiar en la Argentina*. IICA, Buenos Aires.
- Castel, R. (2009), "¿Más allá del salariado o más acá del empleo? la institucionalización del precariado" En *El Ascenso de las Incertidumbres*. Fondo de Cultura Económica.
- Coraggio, J.L. (2007). *Economía Social, Acción Pública y Política. Hay vida después del neoliberalismo*. Editorial CICUS, Buenos Aires.
- Coraggio, J. L. (2010). "Pensar desde la perspectiva de la Economía Social" y "¿Cómo construir otra Economía?", en *Economía Social y Agricultura Familiar*. Ediciones INTA. Buenos Aires. Páginas 25 a 61. Disponible en <http://inta.gob.ar/documentos/economia-social-y-agriculturafamiliar/>
- Coraggio, J.L. (2011), *Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital*. ABYAYALA, Flacso, Ecuador.
- Coraggio, J.L. (2013) "Economía del trabajo". En *Diccionario de la Otra Economía*. Editorial UNGS, Buenos Aires.

- Chesnais, F. (2009) “Un año después del crack bancario y financiero” en *Revista Polis* de la Universidad Bolivariana. Volumen 8, Número 24.
- De Melo Lisboa, A. (2004), “Mercado Solidario”, en *La Otra Economía*. Editorial Altamira, Buenos Aires.
- FONAF (2006). Segundo Plenario. Agosto.
- García Guerreiro, L. (2012), “Aportes para una economía de la vida, aprendizajes desde los mundos campesinos”, en Marañón-Pimentel, B. -coord-, *Solidaridad económica y potencialidades de transformación*. Clacso, Buenos Aires.
- García, M (2011), “El cinturón hortícola platense: ahogándonos en un mar de plásticos. Un ensayo acerca de la tecnología, el ambiente y la política”. En *THEOMAI*, Número 23.
- García, M. (2012) *Análisis de las transformaciones de la estructura agraria hortícola platense en los últimos 20 años. El rol de los horticultores bolivianos*. Tesis doctoral. Disponible en: <http://sedici.unlp.edu.ar/>
- INTA (2005). Documento base del CIPAF, base del Programa Nacional de Investigación y Desarrollo tecnológico para la Pequeña Agricultura Familiar. Elaborado por comisión de trabajo (Cittadini, R.; Catalano, J.; Gómez, P.; Catullo, J.; Díaz, D. y Elverdín, J.) Buenos Aires.
- Laville, J. L. (2004) “El marco conceptual de la economía solidaria” en *Economía Social y Solidaria: una visión europea*. Editorial Altamira, Buenos Aires, Argentina.
- Murmis, M. y Feldman, S., (2002). “Formas de sociabilidad y lazos sociales”. En Beccaria, L., Feldman, S., González Bombal, I., Kessler, G., Murmis, M., Svampa, M., *Sociedad y sociabilidad en la Argentina de los 90*. UNGS, Editorial Biblos, Buenos Aires.
- Pastore, R. (2006). “Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social” Documento N° 54 del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo.
- Pastore, R. (2010). “Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en Argentina” en *Revista de Ciencias Sociales*, Universidad Nacional de Quilmes. Año 2. Número 18.
- Pastore, R. (2011). “Qué es la economía social y solidaria”. Disponible en: <http://www.dosess.org.ar/2011/03/que-es-la-economia-social-y-solidaria.html>
- Pengue, W. (2009), “Modelo Agroexportador, Monoproducción y Deuda Ecológica. ¿Hacia el agotamiento del Granero del Mundo?”, en *Revista Aportes* N° 24, julio 2009, disponible en: <http://www.asociacionag.org.ar/revista-aportes/edicion-24/>

- Piovani, J.I. (2007a), "La observación". En Marradi, A., Archenti, N. y Piovani, J. (2007). *Metodología de las ciencias sociales*. Emecé editores, Buenos Aires
- Piovani, J.I. (2007b), "La entrevista en profundidad". En Marradi, A., Archenti, N. y Piovani, J. (2007). *Metodología de las ciencias sociales*. Emecé editores, Buenos Aires.
- Plasencia, A. y Orzi, R. (2007). "En torno a los conceptos de mercados solidarios y moneda social". En *Moneda Social y Mercados Solidarios. Potencial emancipador y pedagógico de los sistemas monetarios alternativos*. Ediciones CICCUS, Buenos Aires, Argentina.
- Polanyi, K. (2012) "La economía como proceso instituido", en *Textos Escogidos*, CLACSO – UNGS, Buenos Aires. (Trabajo original publicado en 1957)
- Razeto, L. (2010) "Desafíos y proyectos de la economía solidaria". Video-conferencia Segundo Foro de Economía Social.
- Rodriguez Salazar, T. (2003), "El debate de las representaciones sociales en la psicología social". En *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*. Vol.24, Número 93, El colegio de Michoacán, Zamora, México, pp 51-80. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx>
- Selis, D. (2000) "Efectos del cambio tecnológico sobre las condiciones de producción y reproducción del Sector Hortícola de La Plata". En Ringuelet, R. (Comp.) *Espacio tecnológico, población y reproducción social en el sector hortícola de La Plata*. UNLP, La Plata.
- Stédile, J.P., y León, O. (2014) "Reforma Agraria Popular: Una alternativa al modelo del capital". En *Revista América Latina en Movimiento (ALAI)* N° 496, Número Especial "En el año de la agricultura familiar: políticas y alternativas en el agro", junio 2014, Quito, disponible en: <http://alainet.org/publica/496.phtml.1>
- Villulla, J.M. (2006) *Cambios sociales y degradación de la producción en el cinturón hortícola platense* (Tesis de grado). Universidad Nacional de La Plata. Disponible en: <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.484/te.484.pdf>

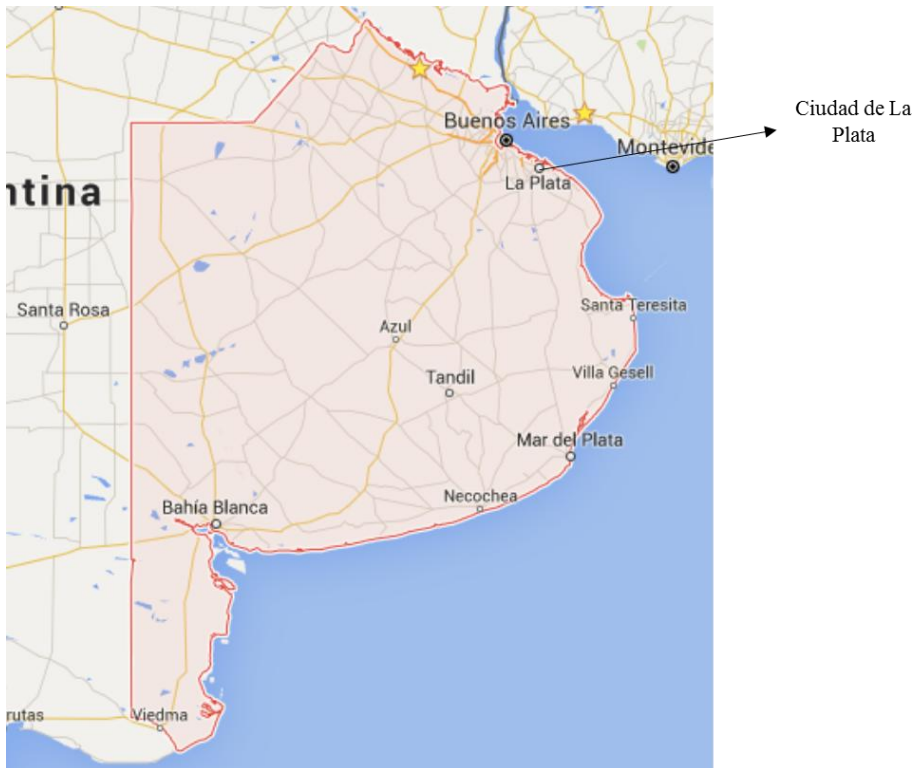
Sitios Web

- Página web oficial de la Fundación Grameen (Aldeas) Argentina. www.grameenarg.org.ar
- Página web de la Municipalidad de La Plata <http://www.laciudad.laplata.gov.ar/>

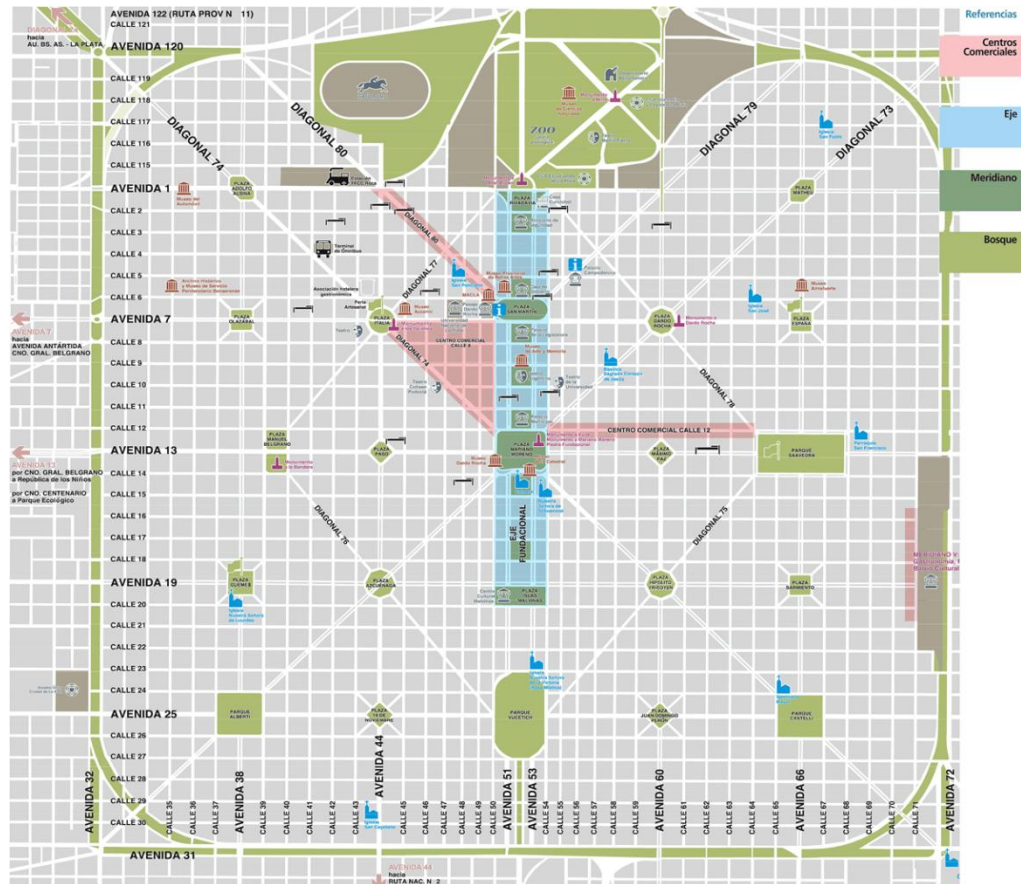
Anexos

a) Mapas

l) Ubicación de la ciudad de La Plata en la Provincia. De Buenos Aires



II) Casco urbano de La Plata



III) Ubicación de la feria en ambos espacios



b) Modelo de planilla de relevamiento cuantitativo entregada a los productores/feriantes para completar los días de feria

Grupo:		Número:		Fecha:			
Productor/a:							
	Producto	Vende por	Peso (gr)	Precio de Venta	Cantidad que		vendió
					trajo	sobró	
1	Acelga	unidad	1000				
2	Albahaca	unidad	1000				
3	Alcaucil		1000				
4	Apio	unidad	1000				
5	Arvejas		1000				
6	Batatas		1000				
7	Berenjenas	kilo	1000				
8	Brócoli	paquete	1000				
9	Cebolla de Verdeo	paquete	1000		G o CH		
10	Choclo	unidad	1000				
11	Chaucha	kilo	1000				
12	Coliflor	paquete	1000				
13	Espinaca	unidad	1000				
14	Cherry	kilo	1000				
15	Frutillas	kilo	1000				
16	Habas		1000				
17	Hinojo	unidad	1000				
18	Lechuga	kilo	1000				
19	Nabo	unidad	1000				
20	Papa Andina	kg	1000				
21	Pepino	kg	1000				
22	Pimiento rojo	kilo	1000				
23	Pimiento verde	kilo	1000				
24	Puerro	unidad	1000		G o CH		
25	Rabanitos	unidad	1000				
26	Radicheta	unidad	1000				
27	Remolacha	paquete	1000				
28	Repollo rojo	unidad	1000				
29	Repollo verde	unidad	1000				
30	Rúcula	unidad	1000				
31	Tomate	kilo	1000				
32	Zanahoria	kilo	1000				
33	Zapallito	kilo	1000				
34	Zapallito Anco	kilo	1000				
35	Zuchini	kilo	1000				

c) Fotografías.

I) Fotografías de la feria en la Facultad de Ingeniería de la UNLP.





II) Fotografías de la feria en la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales UNLP





III) Otras imágenes extraídas del facebook de la feria.



Por la presente, queremos invitarlos al festejo que realizaremos al cumplirse el 6to Aniversario de la feria de productores familiares "Manos de la Tierra, del Productor al Consumidor". La Feria es un proyecto de extensión de la UNLP, una propuesta de comercialización directa que funciona desde el año 2008 todos los miércoles en la Facultad de Cs. Agrarias y Forestales. Luego de seis años de esfuerzo y trabajo, queremos compartir la alegría de seguir caminando juntos, en pos de una mayor visibilización de la Agricultura Familiar.

Los esperamos.
Equipo Promotor y Productores-Feriantes



Miércoles 22 de octubre de 9 a 16 hs. (se suspende por lluvia)
Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales de la UNLP (calle 60 y 119)

