

Feria de huerteros de Tucumán

ARGENTINA

Alejandro Ríos, Verónica Carrapizo, María Laura Viteri

Introducción

La feria de huerteros de Tucumán es una construcción social entre familias urbanas que producen y ofertan hortalizas, consumidores, técnicos y promotores del Programa Nacional ProHuerta del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDS), ejecutado por el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). Las familias urbanas a cargo de las huertas se encuentran bajo la línea de pobreza, enfrentando problemas de acceso a una alimentación saludable. Por eso, el Programa Nacional ProHuerta promueve la autoproducción de alimentos frescos para autoconsumo y venta de excedentes. Este trabajo tiene como objetivo indagar en el proceso de innovación y creación de mercado a partir del desarrollo de la feria de huerteros desde su inauguración (2007) hasta 2020. En esta feria juega un rol importante la Red Orgánica Solidaria de la ciudad de Tucumán (ROST). Esta red reúne una heterogeneidad de huerteras y huerteros, algunos con un mínimo excedente para vender en la feria (hortalizas, productos de granja) y otros cuentan con superficies productivas de más de una hectárea que les posibilitan una mayor consolidación económica.

La metodología utilizada para indagar en este proceso innovador fue de tipo cualitativa: entrevistas a los huerteros en la feria y en sus hogares, observación participante en el armado de la feria y en las interacciones sociales entre mundos diversos (técnicos de INTA, promotores voluntarios, huerteros, consumidores, cooperativas, asociaciones civiles, empleados municipales, etc.). El proyecto y el objetivo de estudio fueron presentados a todos los integrantes de la feria, con quienes se realizaron reuniones de grupos focales para indagar sobre la historia de la constitución de la feria, los acuerdos y normas alcanzadas, así como su relación con los consumidores.

Este capítulo se estructura de la siguiente manera: en la primera parte se explican las herramientas utilizadas para llevar a cabo el estudio de caso. La segunda sección caracteriza el origen y organización de la feria, describiendo un día de feria. Los resultados de la investigación y su análisis a la luz de las nociones de innovación, mercado y gobernanza, se desarrollan en la sección 3. Por último, se desarrollan algunas reflexiones sobre la innovación social y organizacional que representa la feria en Tucumán.

La metodología utilizada en esta investigación es del tipo cualitativa (Sampieri *et al.*, 1991). Para sintetizar las múltiples actividades realizadas en el territorio para generar espacios de diálogo horizontales se divide la actividad en cinco fases que no se realizaron de manera lineal.

Fase 1: Identificación y captura de información secundaria para posterior trabajo de síntesis de antecedentes y elaboración del marco conceptual, organizacional e institucional de la experiencia bajo estudio.

Fase 2: Interacción constante con los actores protagonistas de la feria. Desarrollo de encuentros para la presentación, análisis y validación de la propuesta de investigación con participantes de la experiencia en diferentes niveles (feriantes/huerteros, promotores, técnicos, referentes institucionales, consumidores), como se muestra en las fotos 1, 2 y 3. El intercambio entre responsables institucionales del proyecto Fontagro, técnicos del Programa ProHuerta Tucumán, profesores de la Universidad Nacional de Tucumán (UNT) y referentes de organizaciones sociales de la feria de huerteros de San Miguel de Tucumán. Todo el trabajo de campo se realizó entre agosto y diciembre de 2018. En estas reuniones, se presentaron los objetivos, componentes y lineamientos generales del proyecto y se intercambiaron ideas sobre las intervenciones a realizar en la feria para alcanzar el objetivo del proyecto Fontagro.



Reunión en la EEA INTA Famaillá, Tucumán. A. Ríos (2018).

Una vez organizado el trabajo con los técnicos y responsables de ProHuerta, se realizó una presentación de los objetivos específicos del proyecto Fontagro con los y las huerteras.

Fase 3: Luego de conocida la historia de la feria, y sus procesos de innovación tanto en lo organizacional como en la manera de agregar valor a los alimentos ofertados, se elaboraron modelos de entrevistas semiestructuradas para los actores clave como feriantes, huerteros, técnicos y consumidores que asisten a la feria una vez por mes. Se realizaron entrevistas piloto, y se ajustaron de acuerdo a respuestas brindadas.

Durante la realización de estas primeras entrevistas se tomaron registros audiovisuales (fotos y grabación de voz). Para la selección de los casos a estudiar en profundidad se utilizó la técnica de construcción de una muestra según propósitos o selección basada en criterios (Le Compte y Preissle, 1993). Las técnicas de entrevista fueron complementadas con observación participante en las ediciones de feria entre fines de 2018 y 2019, donde también se realizaron videos mínimos, técnica aprendida durante el desarrollo de este proyecto financiado por Fontagro. Estar en la feria y observar el movimiento de gente, el intercambio entre compradores y vendedores, así como la articulación con los técnicos de ProHuerta y los

huerteros de la ROST, permitió analizar la red construida desde 2001 y que se fue consolidando a partir de la feria de los huerteros (2008).

Como estrategia general para la realización del resto de entrevistas, el equipo técnico, responsable del estudio de caso en la provincia de Tucumán, identificó preliminarmente quiénes podrían ser entrevistados con base en la construcción de una muestra según propósitos o muestra intencionada. Operacionalmente, una técnica del ProHuerta Tucumán se comunicaba previamente con el/la feriante comentándole que un consultor (nombre y apellido) se pondría en contacto para concertar un encuentro para la realización de una entrevista en día, lugar y hora que el/la feriante determinase. Mecanismo similar de concertación de encuentros se utilizó para el caso de técnicos/as del ProHuerta Tucumán e informantes calificados. Las entrevistas a consumidores/clientes se realizaron en el contexto de la misma feria.

Los encuentros con los huerteros fueron desarrollados en los hogares de los huerteros y viveristas que venden en la feria. Entre mate y mate, el consultor pudo conocer las representaciones sobre la feria que tienen sus protagonistas (los feriantes), así como sus intercambios con los técnicos y otros compañeros de la feria y los consumidores. Se realizaron sugerencias, y se cambiaron los modelos de entrevistas en función de conocer con mayor profundidad las dimensiones consensuadas en el proyecto (innovación, gobernanza y mercado).

Cada entrevista comenzó con una presentación personal del consultor y la explicitación detallada de los objetivos del encuentro y de la confidencialidad que se mantendría en relación con la identidad de la persona entrevistada, ya que las entrevistas fueron registradas mediante grabador digital. Se realizaron 24 entrevistas que se distribuyeron de la siguiente manera: feriantes (6), técnicos y técnicas de ProHuerta (8), informantes calificados (2), consumidores y consumidoras que visitan la feria (8).

Otras técnicas cualitativas utilizadas fueron las reuniones de grupos focales mantenidas en el mes de octubre de 2019. Se realizó una para feriantes y otra para técnicos e informantes calificados. Ambos encuentros tuvieron como objetivo ampliar, profundizar y/o validar información ya recabada a través de entrevistas y observación en la feria y en las casas donde se contactó a varios de los entrevistados.

Fase 4: El trabajo de campo generó datos que fueron analizados en un proceso interactivo y cíclico entre las nociones teóricas propuestas por el proyecto ATN/RF-16108-RG (innovación, mercado y gobernanza) y las visiones y prácticas de los protagonistas de la feria (técnicos, consumidores, integrantes de la ROST, etc.). El método de análisis de contenido (Sánchez, 1993) ofreció la posibilidad de investigar sobre la naturaleza del discurso de los entrevistados tanto lingüístico como gestual.

Además, se trabajó en constante colaboración e intercambio con los consultores de las otras experiencias analizadas en el territorio argentino. Se realizaron algunas reuniones vía Skype para consensuar detalles metodológicos en relación a cada estudio de caso. Otras videoconferencias

fueron exclusivamente para tratar el caso de la feria de huerteros. Como actividad transversal al desarrollo del presente estudio, se realizaron encuentros regulares con el equipo de coordinación local en donde se fueron intercambiando novedades y comentando las particularidades que eventualmente fueron apareciendo durante la realización de las diferentes actividades. Y se participó en reuniones preparatorias que organiza y desarrolla el equipo de gestión de la feria de huerteros como paso previo a cada evento.

Fase 5: Validación de Resultados con los Actores Relevantes de la Feria: si bien se desarrollaron algunos encuentros informales, es necesario concluir el estudio con una reunión más amplia entre todos los actores involucrados con el objetivo no sólo de presentar los resultados de la investigación, sino para ahondar en las potencialidades de la feria en el futuro inmediato, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades encontradas en este estudio.

La feria de huerteros de Tucumán, fruto de diversas semillas

El surgimiento de la feria de huerteros de Tucumán es fruto de acciones colectivas previas, entre las que se encuentran las situaciones de crisis económicas y sociales que llevaron a los actores sociales a buscar alternativas grupales y creativas como la feria del trueque en 1999. Como así también la acción del Programa ProHuerta, que promueve la comercialización de los excedentes de huertas familiares y comunitarias, fue de suma importancia para lograr una oferta de alimentos de calidad y para el funcionamiento de la feria de huerteros de Tucumán.

El Programa ProHuerta es nacional, vigente desde 1990 y está ejecutado por técnicos/as del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) con apoyo financiero del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (MDS). Está dirigido a población en condiciones de pobreza que enfrenta problemas de acceso a una alimentación saludable, promoviendo una dieta más diversificada y equilibrada mediante la autoproducción, en pequeña escala de alimentos frescos de base agroecológica principalmente para autoconsumo. Para ello, cuenta con la participación de técnicos de INTA, personas que ofrecen su tiempo voluntaria y solidariamente (promotores y promotoras) para la asistencia en la distribución de semillas y asesoramiento en el desarrollo de huertas y granjas de manera sistemática en el terreno.

En la provincia de Tucumán, el Programa ProHuerta comenzó sus acciones en el año 1992, con objetivos que ampliaran la producción de alimentos para autoconsumo y apuntaran a la comercialización de los excedentes de las huertas. En la crisis de 2001, el trabajo conjunto de las familias, las promotoras y técnicos de ProHuerta permitió encontrar alternativas innovadoras además de mejorar la canasta alimentaria familiar. Surgió así la Feria del Trueque de Productos Artesanales, que también incluía a artesanos y una diversidad de oferta de servicios como plomería, electricidad, entre otros.



Oferta de verduras de hoja en la Feria de Huerteros. A. Ríos (2018).

La coordinadora de organizaciones de base, integrada por organizaciones formales e informales, era la encargada de avalar la moneda de cambio de los trueques. En 2001, esta coordinadora se transformó en la Red Orgánica de Tucumán (ROST), conformada por doce organizaciones que abarcaban gran parte del territorio provincial y en estrecha vinculación con el Programa ProHuerta. Algunas de las organizaciones constitutivas de la ROST son: la Sociedad Vecinal de Socorros Mutuos Barrios del Sud, el Centro Vecinal, Social, Cultural y Comunitario San Carlos, de Taruca Pampa, departamento Burruyacú, la Cooperativa 20 de junio Ltd., el Centro Comunitario El Colmenar, la Junta Vecinal del Agua Potable y Desarrollo Humano Marapa, Alberdi, el Centro Vecinal San José Redondo.

La ROST no sólo involucra a organizaciones, instituciones, escuelas, clubes, mutuales, cooperativas, centros vecinales, municipios, comunas rurales, centros de atención primaria de la salud, sino que también la integran grupos informalmente constituidos y referentes de comunidades. Asimismo, la ROST se vinculó con la Asociación de Técnicos de Programas y Proyectos Sociales (Atpps), formada por técnicos relacionados con programas de intervención estatales, que buscan trabajar con los productores en temas contables, impositivos y provisionales, así como de producción.

La ROST busca rescatar, producir e intercambiar experiencias, conocimientos y recursos relacionados con la producción agroecológica en el marco de la seguridad alimentaria y promoción de la autoproducción de semillas. Si bien la Red siguió apuntando a la venta en la feria, hacia el año 2003 la Feria del Trueque fue suspendiendo sus actividades. Ya en 2007, se constituye en la feria de huerteros de Tucumán, que es fruto de la planificación de la producción de las huertas y granjas para la comercialización de excedentes (Ríos, 2004).

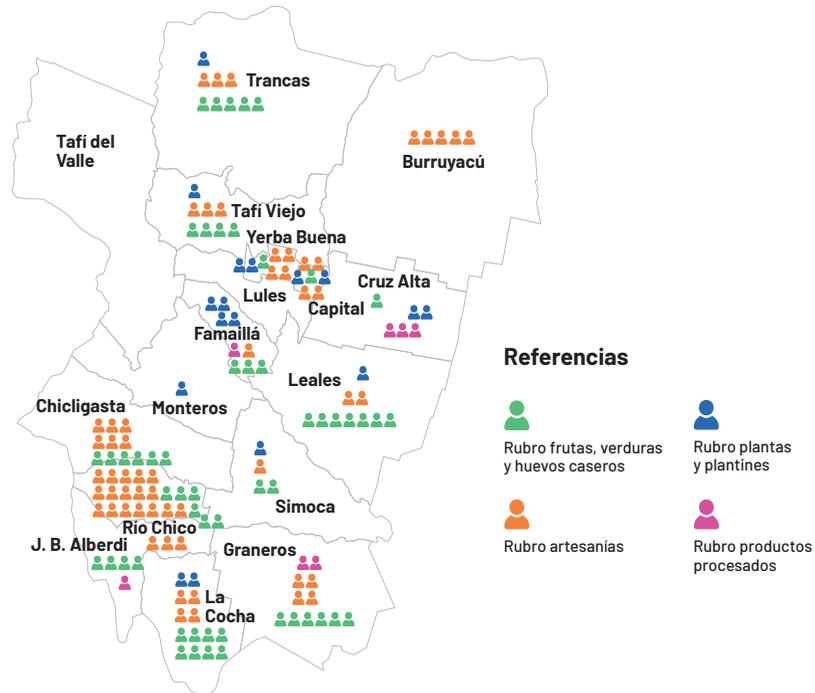
A partir del trabajo articulado de la ROST, ProHuerta y otras organizaciones se fueron generando diversas iniciativas dentro de la Red de actores que hoy constituye la feria de huerteros de Tucumán. Con financiamiento de cooperaciones internacionales se creó una planta de alimentos balanceados para gallinas ponedoras; se conformaron bancos solidarios y bancos sociales como el Banco del Pueblo y Banca Solidaria; se generaron diversos microemprendimientos y el Proyecto de Autoabastecimiento Comunitario (ABC).

Los primeros alimentos con valor agregado que se incluyeron en la feria de huerteros son los panificados. En sus inicios los feriantes vendían el pan que cocinaban en sus casas y se creó una escuela de panadería, que posteriormente por el volumen de producción continuó abasteciendo a los comedores comunitarios del municipio y alrededores. El trabajo conjunto entre técnicos y huerteros que pertenecen a diferentes agrupaciones reunidas en la ROST permitió indagar sobre las diferentes alternativas de venta que los huerteros utilizaban para vender sus excedentes: puerta a puerta, desde sus huertas, en verdulerías, y/o ferias francas.

El proyecto de feria, además de demandar la promoción y planificación de la producción de alimentos bajo criterios agroecológicos, necesitaba contar con un espacio físico lo suficientemente amplio para contener cerca de cincuenta feriantes. Se proyectó de manera conjunta la búsqueda de un salón de exposición para la venta de productos. La infraestructura relacionada con los stands para feriantes, equipamiento comercial (balanzas, insumos y herramientas para envasado etc.), depósito y cámara de refrigeración, se adquirieron a partir de la presentación de proyectos financiados por Ministerio de Desarrollo Social de la Nación a través de la Dirección de Comercialización y ProHuerta que además sostenía los gastos operativos (logística, traslado, vehículos, combustible) y el asesoramiento de los técnicos. Desde el ProHuerta también se promovió la formalización de los feriantes en el Registro de Efectores Sociales, para aquellas personas que realizan una única actividad productiva y no se encuentran insertas en la economía formal por estar en una situación de vulnerabilidad social.

El 13 de octubre de 2007 se inició el funcionamiento de la feria de huerteros de Tucumán en las instalaciones del Club Tucumán Central, en la ciudad capital de la provincia. Desde los inicios, el segundo sábado de cada mes, entre las 9.30 y las 13, se lleva a cabo la feria de huerteros con feriantes que provienen de diferentes parajes de la provincia de Tucumán. Desde Río Chico, Chicligasta y Burruyacú, llegan muchos productores de plantas y plantines, desde Cruz Alta, Alberdi, Famaillá, y Simoca, artesanos y panificados. Los horticultores vienen desde Trancas, Graneros, Leales, La Cocha, Alberdi, Famaillá, Tafí Viejo y Chicligasta (**figura 1**).

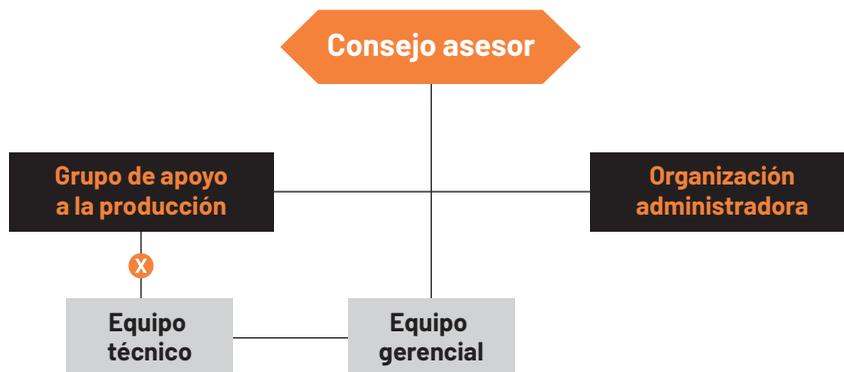
Figura 1. Procedencia territorial de los huerteros/feriantes



Fuente: C. Golsberg y J. García (2008).

La feria se organiza a través de una estructura integrada por el consejo asesor; una organización administrativa; el equipo gerencial; el equipo técnico y el grupo de apoyo, tal como se describe en la **figura 2**.

Figura 2. Esquema organizacional feria de huerteros de Tucumán



Fuente: ProHuerta Tucumán (2009).

El consejo asesor es el órgano que reúne a todas las organizaciones que dieron lugar a la feria, incluye representantes de la ROST, del Programa ProHuerta y de la Fundación Calchaquí para el Desarrollo Regional (Fuca-der). Su principal rol es aprobar los protocolos, reglamentos y manuales de procedimiento, designar los árbitros de la feria, proponer mecanismos de aceptación y rechazo de productores, certificar los procesos de producción, firmar acuerdos o convenios con instituciones del medio y relacionarse con los gobiernos locales.

La organización administradora está a cargo de la Sociedad Vecinal de Socorros Mutuos Barrios del Sud, busca coordinar y adecuar el equipamiento de la feria. El equipo gerencial cuenta con un gerente y un auxiliar administrativo encargados de manejar los aspectos contables, mantener un archivo actualizado con la documentación de las acciones realizadas en la feria, gestionar financiamiento y potenciales integrantes de la feria. El equipo técnico y el grupo de apoyo a la producción están a cargo de un técnico extensionista en comercialización y los técnicos de terreno del Programa ProHuerta. Este equipo se encarga tanto de aspectos de comercialización como de la planificación de la producción en las huertas y granjas.

Un día de feria

La feria fue creciendo de manera conjunta con el Proyecto de Promoción de Alternativas de Comercialización de Excedentes de las Huertas Familiares y Comunitarias del ProHuerta Tucumán. Se desarrolla el segundo sábado de cada mes, ininterrumpidamente desde 2007, lo que representa más de 130 ediciones. En mayo de 2008, la organización de la feria revisó su reglamento, teniendo en cuenta las siguientes temáticas: 1) organización; 2) ingreso a la feria; 3) productos y servicios; 4) reuniones; 5) acopio; 6) registros; 7) convivencia; 8) armado de stands; 9) ubicación de los feriantes; 10) difusión; 11) limpieza, uniformes y bolsas; 12) precios; 13) sanciones; 14) productos no alimenticios con valor agregado.

Desde la feria, se buscó conocer el perfil de los clientes de la feria, así como sus demandas. Para ello, se contó con la colaboración de técnicos pertenecientes al Instituto de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Pequeña Agricultura Familiar (IPAF) NOA del INTA que llevaron a cabo una encuesta en la misma feria y analizaron los datos, encontrando que los consumidores requerían una mayor variedad de alimentos elaborados para ser ofrecidos en la feria. Para ampliar dicha oferta, los técnicos de ProHuerta promovieron la elaboración de productos como confituras, almibarados, mermeladas y dulces, entre los grupos y familias de huerteros que estuviesen interesados. Este nuevo desafío requería mantener los estándares mínimos de calidad, en base a normativas del Código Alimentario Argentino, para ello, los técnicos y huerteros realizaron un protocolo, *Manual de gestión de calidad de la feria de los huerteros de Tucumán*, en el cual se definieron pautas de elaboración según las normas de calidad de Senasa para producción casera.

Los feriantes comparten 30 módulos de stands que están divididos de acuerdo al tipo de productos para evitar contaminaciones cruzadas:

1) frutas, verduras y huevos caseros; 2) plantas y plantines; 3) productos procesados (panificados, quesos, dulces, almibarados, encurtidos provenientes de empresas familiares o cooperativas); 4) artesanías. Las zonas de la feria están identificadas con posters de diferentes colores que indican qué productos se venden o la actividad que se desarrolla. La Huerta Mágica es un espacio destinado al cuidado de los pequeños, tanto hijos de feriantes como de consumidores que asisten a la feria.

La feria de huerteros es promocionada a través de las redes sociales como Facebook de la ROST y por su radio (FM 106.9, que funciona desde INTA Famaillá), la cual los días de la feria transmite en directo desde la sede. Desde las 8.30 se dispone un circuito de acreditación y control por el que deben transitar cada uno de los puesteros. En el sector de ingreso se verifica que los huerteros estén en un listado confeccionado previamente con la información que aporta el técnico de la zona. Cada feriante ingresa con una planilla donde registra la información de la producción que ha llevado, la cual debe coincidir con la información que haya aportado el técnico previamente y que está disponible en la mesa de acreditación. Además, el árbitro y/o los técnicos del ProHuerta verifican que los productos estén correctamente acondicionados.



Planilla de ingreso y acreditación en la feria. A. Ríos (2019).

La planilla de ingreso permite conocer, al finalizar el día, el volumen vendido de cada hortaliza ofertada. Para los casos de frutas y verduras, existe un área para su acondicionamiento para el lavado y traspaso a cajones estándar adecuados para una correcta presentación. Los feriantes reciben materiales y herramientas de trabajo (cofia, delantales, serruchos para cortar zapallos, etc.) que son devueltas al finalizar la jornada y se les da la ubicación en un stand. Los puestos identifican la zona de procedencia de los productos y los feriantes con asistencia regular, se ubican en los lugares que habitualmente ocupan.

Antes de dar inicio a la feria, se realiza la “reunión de precios”, de la cual participan huerteros y técnicos de INTA. En esta instancia los técnicos presentan algunos precios de referencia vigentes en los mercados, se analizan y definen los precios que van a regir ese día en la feria. Para los feriantes, la venta directa no solo les representa un ingreso extra, sino que es una oportunidad para relacionarse con otros productores y clientes, generando lazos de confianza y nuevos conocimientos.

A las 10.30 se abren las puertas al público mientras suena una campana, dando inicio a la Feria. Esta función queda a cargo del “árbitro”, responsable del cumplimiento del reglamento de la misma. Cerca de las 12.30 horas los feriantes, particularmente, los que venden productos perecederos, comienzan a realizar ofertas con el fin de volver a casa sin hortalizas remanentes. Al finalizar, los puesteros entregan las planillas completas con el detalle de la venta a la organización administradora. Por último, se realiza una reunión de evaluación, que permite el intercambio de opiniones entre todos los productores y técnicos de la provincia. En muchos casos, son los mismos artesanos o viveristas los que intercambian productos con los huerteros, prevaleciendo de alguna manera el origen, a través del trueque solidario, de la feria.

Intercambio de saberes y alimentos entre familias

Hablemos de innovación en Tucumán: primer mercado agroecológico social y solidario

El repaso por los diferentes sucesos que dieron lugar a la feria de huerteros de Tucumán muestra la importancia de las organizaciones de base para la sostenibilidad de las experiencias surgidas a partir de las intervenciones del Estado. Si se toman en cuenta los inicios de la feria como el mercado de trueque y, posteriormente, la feria que abarca a organizaciones barriales, clubes deportivos y otras organizaciones, puede ser considerada una innovación para este territorio, porque fue la primera propuesta de mercado social y solidario en toda la provincia de Tucumán. Los feriantes huerteros de la Red Orgánica Solidaria de Tucumán (ROST) son un conjunto heterogéneo de actores sociales que se constituyen en tres tipos diferentes: huerteras y huerteros de autoconsumo y mínimo excedente; familias que combinan huerta con granja y grupos con huertas de más de una hectárea. Los primeros, cuyos excedentes son mínimos, viven en centros urbanos y/o cordones periféricos, cuando concurren a la feria lo hacen con escasa variedad y muy poca cantidad.

Los que combinan huerta y granja cuentan con más superficie, y además de porcinos, maíz, zapallo, algunos de los integrantes de la familia trabajan en el tabaco y la caña de azúcar. Estos productores venden sus productos en diferentes ferias, en sus propias huertas y en el canal mayorista. En el tercer tipo, la huerta es su principal sostén para la alimentación familiar y su ingreso por la venta de excedentes, ya que cuentan con más de una hectárea trabajada con hortalizas.

Desde el punto de vista económico, la feria significa un aporte a las familias de los huerteros/feriantes, lo que se suma a las múltiples estrategias que éstos desarrollan. La feria no cubre los ingresos mensuales necesarios de una familia, por eso una característica es el hecho de que la mayoría de los feriantes tienen otras actividades, muchas de ellas vinculadas a empleos municipales, en comunas rurales, auxiliares docentes en escuelas y planes sociales.

Las relaciones institucionales e interpersonales generan la participación, permitiendo una vinculación horizontal entre todos los actores más activos. A pesar de los diferentes intereses, todos coinciden en objetivos claros como mejorar la venta y promocionar el consumo de alimentos provenientes de familias vulnerables. Los feriantes se refieren a las instancias innovadoras que surgieron a partir de la ROST, su vinculación con el INTA y con los clientes de la feria:

■ Sí, porque acá en Tucumán no había ferias donde participaban los huerteros de la provincia y respaldada por una institución. Esta feria tiene hortalizas, artesanos. La ROST comenzó con la feria de trueques y después pasó a la Feria de los Huerteros (Entrevista a feriante, 2018).

Los feriantes huerteros cuentan, con sus propias palabras, qué significa la feria y cómo la fueron construyendo entre todos. Para ellos y ellas, vender el excedente de la huerta es una ventaja que obtienen gracias a la realización de la feria:

■ Sí, porque aparte de producir para consumo propio y de vender a los vecinos, salir más allá y que me dé un poco más de dinero, es mejor (Entrevista a feriante, 2018).

Se destaca la importancia de los lazos horizontales y de las innovaciones que surgen más allá del espacio mercantil, los valores que se ponen en juego, el intercambio entre diferentes regiones de la provincia y su efecto en el aprendizaje por interacción:

■ El compañerismo, el escucharnos, el ser solidarios (Entrevista a feriante, 2018).

■ Sí, porque nos fuimos conociendo entre todos, estamos más solidarios, hemos emprendido nuevas cosas que no teníamos pensado, a pesar de todo lo que nos está faltando, especialmente, el poder adquisitivo (Entrevista grupal a feriantes, 2018).

La feria, además, les permite salir del día a día y conocer otros barrios, re-crear sus vínculos sociales con otros huerteros, técnicos y clientes. Todos reconocen que la ROST les permite intercambiar ideas y aprender:

■ Mediante reuniones en el INTA, cuando estaba en la 9 de Julio, ahí hicimos el protocolo del área de servicios. Porque suponte, se trata de que todas las organizaciones adheridas a ROST participen y que no haya enfrentamiento y competencia, que cada uno lleve cosas para que puedan comercializarse (Entrevista a feriante, 2018).

■ Ser parte de la ROST significa hacer una reunión quince días antes de la feria y quince días después. Ahí se hacen acuerdos. Es una mesa en donde no tan solo participan los técnicos, sino también los feriantes, todos participamos, viveristas, los que llevan comidas, huerteros, los que se encargan de los espacios de recreación (Entrevista a feriante, 2018).

Dentro de las innovaciones, la feria promueve la inclusión de mujeres y niños. El 75 % de los puestos están a cargo de feriantes mujeres y la ROST también es liderada por una presidenta mujer. El espacio de recreación denominado la “Huerta Mágica” muestra la capacidad de la feria para ir más allá de un espacio mercantil y educar a las generaciones futuras en la búsqueda de una alimentación sana y sustentable con el medioambiente. En este espacio se recrea con animaciones la importancia de la producción agroecológica, el autoabastecerse con alimentos producidos en las propias huertas, se presentan las cualidades sanadoras de especies



locales, se identifican las hortalizas de acuerdo a su período de producción, concientizando a los consumidores a la compra local y estacional de alimentos frescos. Tanto en la Huerta Mágica como en los espacios de degustación se busca rescatar tradiciones, saberes populares y se recrean recetas de comidas regionales.

La búsqueda por integrar los diversos intereses de los integrantes de la ROST generó la construcción de una biblioteca ambulante con libros en temáticas culturales e históricas. Con el tiempo, la biblioteca pasó de ser ambulante a tener presencia diaria en el club, fortaleciendo el vínculo cultural con los habitantes del barrio. Como el origen de la feria está vinculado estrechamente con la producción hortícola, a partir del acompañamiento de los técnicos de INTA y ProHuerta, los feriantes destacan con orgullo que producen hortalizas sin agregados de agroquímicos y que el apoyo institucional da garantías a la hora de vender.

Tiene mucho efecto, no es lo mismo que vaya un viverista o productor dentro del marco INTA o personalmente, es como si la institución te da una cierta garantía. Sí, eso me lo comentan, son conscientes que no es lo mismo, sí tiene impacto, es una institución que la gente reconoce con una base científica (Entrevista a feriante, 2018).

Los feriantes cuentan las múltiples experiencias que genera la feria, y reconocen que la historia de años de esfuerzos, para producir de manera escalonada y llevar mayor variedad de productos, los llevó a incrementar sus relaciones de confianza.

Nosotros trabajamos diferente a los demás, porque nosotros no echamos agroquímicos, lo hacemos natural (Entrevista a feriante, 2018).

Todos piensan que el protocolo está bien hecho, ha venido gente de afuera, de la Facultad, nosotros también participamos en el protocolo (Entrevista grupal a feriantes, 2018).

Al principio fuimos avanzando en la presentación del producto; el uso del sustrato; dictamos cursos de reproducción, que la gente entienda lo que hace. Después, trabajamos en la parte de hacerle el logo a cada viverista. Luego, en la cuestión de cómo van a presentar el producto. Yo creo que todos esos temas se fueron mejorando bastante con todas esas capacitaciones que fuimos dando (Entrevista a feriante, 2018).

La feria es una construcción colectiva que abre paso a diversas agrupaciones como la Mutual de Villa Amalia, que permite la venta de excedentes de la huerta comunitaria que realizan los voluntarios y adolescentes con dificultades de adicción y/o desempleo, y los integrantes de la cooperativa CAL 306 de Bella Vista que venden pollos agroecológicos. Estas organizaciones se suman a la feria y son parte integrante del consejo asesor. Para los técnicos estos vínculos multiinstitucionales y pluriorganizacionales enriquecen las innovaciones que se generan dentro y fuera de la feria de huerteros:

Si lo asocias sólo al ProHuerta tenés catorce variedades en otoño/invierno, y en primavera/verano, dieciocho. Pero en la feria hubo momentos en donde teníamos más de 240 productos; donde se recuperaban productos locales como la chirimoya o el chilito, que no se encontraba en la bolsita del ProHuerta. Cada feriante se animó a llevar lo que se hacía en su comunidad. Como una recuperación de saberes. Porque entre vivero, producción de hortalizas, frutas, y agroindustria podíamos encontrar más de 240 productos (Entrevista a técnico/a, 2018).

Sí se ha ido construyendo el vínculo del conocimiento de prácticas y reconocimiento de saberes. El que va a la feria es un huertero, con una verdura que tiene ciertas características y los espacios de la feria se han ido construyendo (Entrevista grupal a técnicos/as, 2018).

El sentido de pertenencia está dado tanto por la manera de producir como por la manera de organizar la feria a través del protocolo. Sin embargo, los feriantes reconocen la escasa puesta en valor y difusión sobre los métodos de producción utilizados, amigables con el medioambiente y con su propia salud:

Habría que darle más difusión, mucha gente que no sabe ni que existe esta feria. Y menos que las hortalizas no tienen agroquímicos. Podrían hacer panfletos y tirarlos, la parte organizativa me parece que funciona bien (Entrevista a feriante, 2018).

Los consumidores valoran positivamente los productos agroecológicos de la feria y la posibilidad de comprar alimentos libres de agroquímicos genera cierta fidelidad hacia los puestos de la feria con hortalizas de estación.

[La feria] es muy importante para mí, es beneficioso también porque compramos productos libres de pesticidas. A veces, cuando quiero hacer comidas crudas y compro en otro lado, me veo limitada por todo lo que trae (Entrevista a consumidor/a, 2018).

La verdura es muy sana, muy natural, del campo. Eso es lo que nos trae a nosotros [a la feria]. Y los precios, que son acordes al sacrificio que hacen ellos (Entrevista a consumidor/a, 2018).

Sí, sabíamos que son productos agroecológicos y nos parece muy importante (Entrevista a consumidor/a, 2018).

Yo me vuelvo contenta y muy tranquila porque sé que los productos que llevo no tienen agroquímicos. Desde que soy mamá me puse a reflexionar muy firmemente sobre la alimentación que estamos dando a nuestros niños, busqué hasta que di con la feria (Entrevista a consumidor/a, 2018).

Hace como cinco años me enfermé y me cambiaron toda la alimentación. Y a partir de eso yo sentí una mejoría. Entonces, trato de consumir todo lo que sea orgánico (Entrevista a consumidora, 2018).

La ventaja de esta feria es poder contar con productos orgánicos a precios razonables (Entrevista a consumidor/a, 2018).

Para los clientes es preciso contar con un acceso regular a alimentos agroecológicos, a costos razonables y con el aval de una institución como el INTA. Sin embargo, a estos consumidores les gustaría que los feriantes incorporen la entrega a domicilio, una mejor información sobre las fechas de las ferias y su difusión, así como también la certificación sobre el proceso de producción libre de agroquímicos. Esto podría ser un punto de inicio en el proceso de innovación en el desarrollo de nuevos canales comerciales.

Es necesario mejorar ciertos aspectos de la organización de la feria, el cumplimiento de la participación de los puesteros, incluidos los días de lluvia, para dinamizar el vínculo con los clientes:

Me pasó un día que llegué tarde, cuando faltaban 40 minutos para el cierre, y ya no había nada. Capaz que sea más extendido el horario, suponeté hasta las cuatro, o desde las nueve hasta las cinco de la tarde. Porque, por ahí, el sábado uno lo utiliza para ir al centro y después pasa por la feria (Entrevista a consumidor/a, 2018).

Que traten de llevarlo a la casa, que hagan un paquete con las verduras de estación. También recomendaría que estén más en las redes sociales. Porque ahora las amas de casa trabajan, tienen muchas obligaciones. Por ejemplo, le recomendé a una amiga y ella me preguntó ¿es verdad que los productos son orgánicos? Y yo le tuve que decir sí, es verdad, doy fe que es así. Y creo que ese aspecto debería estar más reforzado, ahí creo que el ProHuerta puede dar fe de que los productores hacen las cosas con las buenas prácticas agrícolas, capaz que tener algún sellito, algún papelito que diga que esas verduras fueron hechas con las buenas prácticas. Dar más publicidad en las redes, llevar bolsones con las frutas y verduras de estación a domicilio todas las semanas. A mí me encantaría recibir esa calidad de frutas y verduras, además que estoy ayudando a los pequeños productores. Pero a mí me facilitaría mucho poder recibirla en mi casa (Entrevista a consumidora, 2018).

En el marco del trabajo con la feria de huerteros se destacó el proceso de certificación de competencias, en el cual el Programa ProHuerta Tucumán se sumó al Convenio Nacional entre el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación (MTEySS) y el INTA, firmado en 2007. Esta certificación significaba acreditar y certificar conocimientos y habilidades obtenidos por experiencias e intercambio de conocimiento entre técnicos, huerteros y promotores de ProHuerta. La certificación de competencias busca equilibrar el valor del conocimiento tanto académico como práctico, para promover los procesos de construcción de ciudadanía, contribuir a mejorar las posibilidades laborales, comerciales y sociales de huerteros y promotores.

La puesta en marcha de la feria permitió un trabajo conjunto que implicó más que la organización de una oferta de alimentos con “certificación” de calidad o inocuidad, sino que generó otras innovaciones de procesos y productos, a través del agregado de valor de los alimentos, la elaboración de normativas y nuevas formas de comercialización.

Tanto los técnicos como los feriantes consideran a la conformación de los reglamentos y protocolos como mecanismos innovadores dentro de los canales alternativos de comercialización. La gestión de la calidad y la organización de la feria es una construcción colectiva entre promotores, técnicos, huerteros y feriantes que se enmarca en el mismo proceso histórico-organizativo que dio origen a la feria en el año 2007 y cuyo desarrollo se mantuvo todos estos años.

Multiplicar es la tarea...

Al igual que los feriantes, los técnicos reconocen a la feria de huerteros como la primera iniciativa de mercado para la venta de excedentes de hortalizas producidas por familias en vulnerabilidad económica. El Municipio de San Miguel de Tucumán, que apoyó desde sus inicios a la feria, es un ejemplo para otras municipalidades de la provincia. Los protocolos de organización y calidad gestados conjuntamente entre todos los miembros de la feria son adaptados por los integrantes de ferias que replican la idea de vender alimentos sanos y a precios accesibles. El agregado de valor de algunos excedentes de la huerta es un tema central en ProHuerta. Se ha trabajado en muchos talleres la posibilidad de elaborar conservas, teniendo en cuenta los puntos críticos de higiene y elaboración:

Se ampliaron temas, por ejemplo, otros menús. Trabajo mucho con las buenas prácticas de manipulación, las chicas empezaron a integrar y a conocer lo que es el respeto dentro de la cocina, lo que es necesario para una buena alimentación, también en mejorar la calidad de vida, y la calidad del producto que le da un valor agregado (Entrevista a técnico/a, 2018).

Lo que sí considero que es novedoso y fue novedoso para los huerteros es que le ha generado una forma de ver que sus productos podían estar en un lugar como un mercado más categorizado. El huertero no necesariamente es feriante, entonces, también esa construcción del huertero como en otro rol, otra acción fue otro proceso innovador (Entrevista a técnico/a, 2018).

Un espacio que se organiza participativamente, todos opinan en qué es lo que quieren y cómo lo quieren. El manual de calidad se construyó así. Para la certificación de competencias se tomó como uno de los elementos el saber hacer de los feriantes, la planificación de la huerta y comercialización de ese excedente (Entrevista grupal a técnicos/as, 2018).

Hubo mucho aprendizaje en las personas, de una manera distinta de lo que es el mercado convencional. Dejando de lado esa manera romántica, como se los veía a los huerteros, y a empezar a visualizar esta actividad como un negocio dentro de una economía que no es la convencional (Entrevista a técnico/a, 2018).

Siento que he ayudado a que la gente aprenda y respete todo lo que es la seguridad alimentaria. El hecho de compartir todos mis conocimientos con ellos es lo más gratificante (Entrevista a técnico/a, 2018).

Los técnicos y feriantes vienen sosteniendo a la feria desde sus inicios, y valoran el proceso de crecimiento en saberes y reproducciones de este tipo de mercados en otras localidades:

No es un cálculo costo/beneficio el que hace el huertero. Entonces, ¿cuáles son los valores que entran en juego? El compañerismo, llevarse mercadería que a ellos les gusta y no tan sólo la venta. Es una valoración de lo que llevan y lo que comparten y que los tengan en cuenta los demás. Rescatan el estar ahí, ser parte de un espacio que se hizo para él/ella y en el que le van a comprar sus productos donde también se revaloriza la calidad y el valor de su mercadería (Entrevista grupal a informantes calificados/as, 2018).

El haberse agregado el espacio de viveristas ha sido valioso, porque lo de la verdura tiene ese altibajo normal estacional, y los plantines le han dado una mayor estabilidad a la oferta (Entrevista a informante calificado/a, 2018).

Este respaldo institucional lleva a la feria de huerteros a ser considerada como modelo para las ferias de Simoca, Alto Verde, Plaza San Martín y otras más. La feria de Simoca se realiza todos los sábados y participan algunos de los feriantes de la feria “modelo”. En Simoca se vende con moneda y también se utiliza la modalidad del trueque. La feria ofrece comidas regionales, artesanías, miel de caña, empanadillas y rosquetes, hasta artículos importados y cigarrillos en chalas.

Otra de las ferias es Alto Verde, que toma el reglamento de la feria de los huerteros de Tucumán, con algunas modificaciones de acuerdo a su propio proceso organizativo, ya que es una feria semanal. Algunos puestos de la feria de huerteros que participan en la feria municipal de Bella Vista y los feriantes viveristas organizan, en paralelo, la feria en Plaza San Martín en la ciudad de San Miguel de Tucumán. Uno de los técnicos del ProHuerta se refiere a la replicación de otras ferias a partir de la feria de huerteros:

Para mí, estas redes se incrementaron a partir de la feria de los huerteros, con el fortalecimiento de los productores de otras zonas que participaron en la feria, y ya están haciendo una feria en el sur de la provincia y en Simoca, también. Ese ejercicio organizativo fue transmitido y lo bueno es que después lo desarrollan en sus localidades (Entrevista a técnico/a, 2018).

Todas estas iniciativas –nuevos mercados– y dispositivos –normas y reglamentos– muestran un proceso innovador que va de la mano del proceso de consolidación de la organización de la ROST. Los testimonios de cada uno de los actores que construyen la feria de huerteros permiten visibilizar el trabajo previo necesario para construir un mercado que vaya más allá de los intereses económicos. Se remarca la construcción de manuales y guías para producción de calidad, la certificación de competencias para revalorizar el trabajo de los huerteros que traen a la mesa alimentos sanos y amigables con el medioambiente. Estas experiencias crecen, particularmente, en momentos de crisis socioeconómicas, donde tanto consumidores como vendedores necesitan no sólo alimentos económicos sino momentos de encuentro.

Una guía como modelo

Teniendo en cuenta la voz de los actores, se explica el origen de los procesos de innovación que involucran la creación de la feria como un mercado de la economía social y solidaria (Coraggio, 2011), organizada a través de un sistema horizontal entre técnicos e integrantes de la ROST. En sus primeros años, la feria no contó con reglamentos o normas escritas, estas surgieron desde la práctica y la interacción entre los integrantes del mercado. La necesidad de reglamentar las prácticas estuvo vinculada con los objetivos de mejorar la presentación de los productos expuestos y conocer más sobre la demanda, cantidad y tipo de consumidores que visitaban la feria. En ese sentido, uno de los técnicos de ProHuerta cuenta:



Para eficientizar esos procesos pensábamos en realizar los procedimientos por escrito, y así es como llegamos a generar comisiones. Una, por ejemplo, se encargaba del tema infraestructura, otra, del tema calidad de los productos que iban a ingresar, cómo tendría que ser una miel, cómo una mermelada, y así (Entrevista a técnico/a, 2018).

Cuando aparece la posibilidad de asistir a la feria de Simoca, nosotros queríamos ahí replicar la experiencia, pero para poder hacerlo teníamos que tener algo escrito. Para poder multiplicar nuestra experiencia en otros lugares, sin dejar de lado las características propias de cada espacio, surge la idea de un manual de calidad que sirviese para poder sistematizar y compartir la experiencia, pero con algunas características distintas de otros manuales que existen referidos a calidad (Entrevista a técnico/a, 2018).

La feria de huerteros recrea un mercado solidario, a través de una organización con vínculos horizontales, en el cual las reglas sirvan para mejorar las ventas y se pueda replicar la experiencia en otras regiones. Si bien la idea de la elaboración de un manual de gestión de la calidad surge desde los técnicos del ProHuerta, sumaron las percepciones sobre calidad de los mismos feriantes. La construcción sobre qué se entiende por calidad, y agregado de valor fue parte de los debates que permitieron incorporar temas como el trabajo de las mujeres en la feria, en la huerta y en el procesado de alimentos, así como la importancia de la agroecología que va más allá de la producción de hortalizas sin agroquímicos. La particularidad de este dispositivo reside en que todos los actores intervinientes decidieron y definieron explícitamente el manual.

La participación de las y los feriantes/huerteros en la elaboración del manual, permitió incorporar otros aspectos en torno a las actividades de degustación, eventos culturales y áreas de servicios (baños, cuidado de niños). La organización de las actividades de cada área es responsabilidad del Consejo Asesor de la Feria y desde el ProHuerta se desarrollan cursos sobre alimentación saludable y la revalorización de los alimentos.

La política sobre la mejora de la gestión de la calidad asumida en conjunto por las organizaciones e instituciones, no es sólo para el modelo agroecológico sino también para un modelo inclusivo para todos los que quieran formar parte de ese espacio. El *Manual de gestión de calidad de la feria de los huerteros*, además de reglamentar el plan de calidad, procedimientos y protocolos, instructivos de trabajo, especificaciones o guías que sirven como modelo para otras futuras experiencias, realiza una breve descripción de las actividades que se llevan a cabo en la feria, ordenando los aspectos conceptuales y filosóficos, así como lo organizacional y operacional, el proceso de innovación colectiva que ha permitido la permanencia de la feria en contextos de crisis.

La participación de los y las técnicas de INTA le imprime a la feria de huerteros un “certificado de confiabilidad” que es de suma importancia tanto para los feriantes como para los consumidores. El mercado que se genera en la feria va más allá de los parámetros de compra/venta de un espacio convencional tradicional, se registra el intercambio de conocimiento y formas de producir, así como el trueque entre los mismos feriantes:

Intercambiamos, más que nada, información. Por ejemplo, ella trae papa piedra y entonces me cuenta cómo es, de dónde la trae, cómo se siembra, cómo se come. O Benito, que hace tamales y, bueno, yo le cambio por palta. O cuando trajeron la poronga que también conversamos y averiguamos. Porque uno no tan sólo viene a vender, sino a conversar y a llenarnos de energía (Entrevista grupal a feriantes, 2018).

Eso ha sido lo más importante, que la persona tenga en dónde ir, más allá de que pueda vender en su casa. El huertero ha aprendido cómo presentar la verdura, la calidad, todo este aprendizaje para que ellos puedan fortalecer la venta de sus productos (Entrevista a técnico/a, 2018).

La transformación de los y las huerteras en vendedores ha sido un trabajo conjunto que llevó tiempo y permitió mejorar los vínculos con los clientes. El mercado se destaca como un espacio de solidaridad e intercambio, donde se busca priorizar la dimensión cooperativa en la manera de relacionarse. Los mismos feriantes reconocen la potencialidad de la organización cuando deciden continuar con el mercado:

Es sentarnos, hacer una reunión y ver cómo y cuál es la necesidad de la feria, y en cada armado, en cada fecha que se aproxima, ver qué podemos mejorar. Lo bueno es que la gente que se encarga de la organización escucha la necesidad del feriante y del cliente (Entrevista a feriante, 2018).

Hubo un caso de venta de huevos y una señora que no quiso hacer caso a vender a ese precio; ahí hay un reglamento y si no lo soluciona el árbitro, lo hablamos entre todos y, sino, en la próxima reunión, y ahí se toma la decisión. Cuando el problema pasa a mayores ahí se lo trata en reunión, sino se trata de arreglar ahí mismo (Entrevista grupal a feriantes, 2018).

La organización de la feria es vista por los feriantes como un espacio no ausente de conflictos que se tratan de solucionar entre todos. En relación a la gobernanza, los técnicos y feriantes destacan la autonomía de los feriantes:

Estas organizaciones y actores pudieron suplantar el tema de los recursos [desfinanciamiento ProHuerta] a través de más organización, más reuniones internas. También se fueron incorporando áreas, sectores, se fueron modificando las comisiones, hoy hay nuevas como la de logística e infraestructura, de arbitraje, sector de comidas, hortalizas, y después están las reuniones generales que son las integradoras... Siempre hay conflictos, pero se los resuelve con la persona que ha sido afectada más los técnicos del terreno, los integrantes de las distintas comisiones y los miembros de la ROST (Entrevista a técnico/a, 2018).

Las reuniones personales son valiosas, no todo se arregla por WhatsApp o llamada. Creo que ese espacio de encuentro, para los que estamos en la parte técnica, no lo hemos valorado lo suficiente, no le hemos sacado más provecho o multiplicado para otras cosas en otros proyectos a nivel local (Entrevista a informante calificado/a, 2018).

En la reunión preparatoria se define cuál va a ser el tema, la forma en que se va armar la feria. Esto se articula con los técnicos y la toma de decisión se trata de consensuar y ver de la mejor manera. En la feria, el árbitro no sólo define los precios de determinadas cosas, sino que arbitra cualquier tipo de conflicto que se pueda dar en la feria y se transforma en la autoridad en la feria (Entrevista a técnico/a, 2018).

Creo que [en la organización de la feria] se han ido generando espacios metodológicos, también de cómo discutir, de cómo lograr acuerdos, de cómo resolver situaciones de diferentes organizaciones, porque una cosa es estar yo solo y listo, pero acá hay un conjunto de organizaciones, ya no es lo mismo, entonces hay que ir generando otros espacios de diálogos y acuerdos (Entrevista a informante calificado/a, 2018).

Tanto feriantes como técnicos coinciden que la mejor manera de solucionar conflictos es a través del diálogo y, si es necesario, recurrir al manual de gestión que fue consensuado por todos los integrantes de la feria. Algunos consideran que los clientes, que se hicieron fieles a la feria de los sábados, aportan ideas y revalorizan el trabajo de la huerta, estimulando a nuevas prácticas productivas y comerciales.

Un camino hacia la autogestión

El surgimiento de la feria de huerteros de Tucumán es fruto de acciones comunes previas, entre las que se encuentran las situaciones de crisis económicas y sociales que llevan a los actores sociales a buscar alternativas grupales y creativas como la Feria del Trueque. La acción del Programa ProHuerta, que promueve la comercialización de los excedentes de huertas familiares y comunitarias, fue de suma importancia en lograr una oferta de alimentos de calidad y en el funcionamiento de la feria de huerteros de Tucumán.

Las crisis de financiamiento que sufrió el Programa ProHuerta en 2016, implicó la reorganización de la feria a través de los esfuerzos personales y económicos de los técnicos y de los huerteros, consolidando aún más los lazos de solidaridad entre todos. En la siguiente línea de tiempo se puntualizan algunos hitos que dieron lugar al proceso de la feria de huerteros de Tucumán.

Figura 3. Línea de tiempo



Fuente: Elaboración propia en base a información secundaria y entrevistas.



El apoyo del Programa ProHuerta para el traslado de los productos de los feriantes en los vehículos y la logística de la feria fue disminuyendo hacia el año 2015. Esta situación llevó a que algunos feriantes de las localidades sureñas (Alberdi, Aguilares y Concepción) gestionaran fondos a los gobiernos municipales para poder seguir participando de la feria de huerteros de Tucumán.

En el momento de que se retira el apoyo económico del INTA es el momento de ponerse los pantalones y todos los que estamos no hicimos un paso al costado. Los mismos huerteros antes tenían el transporte gratuito, la feria armada, los stands. Ahora no, llegamos y tenemos que armar nuestro stand, y al final desarmarlo y limpiar el lugar. Entonces, todos hemos empujado para el mismo lugar (Entrevista a feriante, 2018).

Tanto la falta de recursos como los conflictos cotidianos se resuelven entre los feriantes con el apoyo del consejo asesor y sobre la base de lo acordado en el manual de gestión de la feria.

Yo estoy en el área de servicios [venta de alimentos, ofrecimiento de equipos de mate, limpieza, etc.], pero ahora hay falta de insumos y es difícil aportar en la situación que estamos. Yo no estoy vendiendo la cantidad que vendía, también antes el INTA nos llevaba los productos. Yo voy a vender tamales, llevo aproximadamente 100. Pero tengo que ir en colectivo, después me bajo en la plaza y de ahí me tomo un taxi a la feria. La gente que vende verduras se defiende, pero no sé si le conviene porque tienen que pagar el traslado (Entrevista a feriante, 2018).

La continuidad de la feria es lo más importante, y las relaciones humanas son muy importantes también, conversar, la amistad que nos brindamos. Los aprendizajes de todas las capacitaciones que nos dieron (Entrevista a feriante, 2018).

Valoro la tenacidad, esto nos permitió continuar con temas que nos parecen importantes, eso es un aprendizaje en los contextos que nos han tocado pasar entre nosotros y en el contexto socioeconómico de crisis (Entrevista grupal a informantes calificados/as, 2018).

Valoro como primera instancia el compañerismo, el escucharnos, el ser solidarios, más en estos momentos difíciles (Entrevista a feriante, 2018).

Yo valoro mucho esta feria porque desde que me recibí tuve la ilusión de mejorar el mundo y me parece que esa feria tiene un buen ambiente, se siente bien, se trata a todo el mundo por igual, se le da un respeto a la gente. Y se va trabajando en meter la idea de respetarnos, de cuidar el medioambiente, de comer mejor. Eso lo puedo ver y sentir en la feria, la gente lo dice también, los viveristas se sienten bien (Entrevista a feriante, 2018).

Con la quita de fondos [crisis ProHuerta, fines de 2015], se decidió seguir con la feria, y ahora la feria es nuestra. Y ver frente a los cambios cómo la gente y nosotros nos amoldamos y seguimos adelante (Entrevista a técnico/a, 2018).

Algunos técnicos y todos los feriantes se sienten parte del mercado, lo registran como un espacio de construcción colectiva que pudo ir más allá del apoyo estatal, encontrándose ahora con poder autogestivo. La experiencia de la feria como mercado innovador resalta no sólo por las ventas e intercambio material de bienes, sino por los intercambios de bienes “inmateriales” (colaboración, afecto, reciprocidad, conocimientos, intercambios, información). Este ensamblaje de bienes materiales, inmateriales y actores sociales necesita sostener este espacio más allá de los contextos socioeconómicos. Algunos de los testimonios muestran los próximos desafíos para consolidar el mercado:

Habría que darle mayor difusión. Se podrían hacer panfletos y repartirlos (Entrevista a feriante, 2018). El tema de la instalación eléctrica en la feria no está funcionando bien, habría que mejorar, en algunas huertas, el acceso al agua (Entrevista a feriante, 2018).

Se necesita más planificación a futuro en el territorio, para así mejorar la diversidad en la oferta de la feria. La feria debería estar más visibilizada, hay que mostrar más todo lo que se realiza para sostener la feria (Entrevista a técnico/a, 2018).

Hay que apoyar a que siga esta experiencia. Esta crisis también nos sirve para algo, para que nosotros nos acerquemos a las otras instituciones y, sobre todo, a gobiernos locales para poder establecer mejores redes y para hacerle entender a los muchachos que están en los gobiernos locales que eso es también desarrollo del territorio. Ahora hay que sostener, y seguir incentivando hasta que vengan tiempos mejores. Además, la gente se ha apropiado del espacio, de la metodología de trabajo (Entrevista a técnico/a, 2018).

Fortalecer más al grupo motor que está más cerca de la organización de la feria, el que lleva más a cuesta la feria. Ampliar más la base de huerteros que podrían intervenir en la feria. Por el momento, no abandonar el apoyo de los técnicos de INTA o ProHuerta. Simplemente con el estar es algo positivo, es importante que se esté (Entrevista a técnico/a, 2018).

Creo que hay que crecer más en lo interorganizacional, sumando también a otras experiencias, superando fronteras que se ponían entre los que producen alimentos y los que son empleados del Estado. Creo que hay un aprendizaje profundo en las organizaciones rurales en involucrarse en lo urbano, y éstas en involucrarse en lo rural. Creo que sí hay un camino para crecer muchísimo, para crecer en lo urbano y periurbano (Entrevista a informante calificado/a, 2018).

Si bien todos los involucrados en la feria coinciden en la excelente experiencia de intercambio generada entre mundos diversos, los desafíos a enfrentar por este conjunto de actores son muchos y complejos. Los técnicos remarcan problemáticas asociadas a lo productivo como la necesidad de incrementar variedad de ofertas. Para los huerteros, en cambio, las problemáticas se centran en el día a día, en la falta de difusión de la feria, en el poco acceso al agua para sus huertas o en el escaso sostén de las redes gubernamentales, tanto municipales como nacionales.

En ese sentido, los mismos técnicos remarcan a las crisis como potenciales aliados, la falta de presupuesto del ProHuerta significó redoblar esfuerzos para trabajar de manera más mancomunada con los municipios locales. A pesar de la gobernanza que dio lugar a la materialización de las normas en un manual, se observan vacíos legales como la figura jurídica del club donde se emplaza la feria.

(Los tiempos por venir) implicarán un esfuerzo muy importante de reorganización; y si querés, de revitalización. Seguramente, se pueden hacer otras cosas. Todo va a depender también de esos acuerdos previos y de lo que se pretenda obtener (Entrevista a informante calificado/a, 2018).

Hay déficit en la figura jurídica. Creo que no hemos buscado amparos legales que le den otra capacidad de gestión. Cuando en su momento se gestionaron mejoras en infraestructura por el espacio, hubo que decir que el proyecto va a tener que salir a través de la mutual porque no hay una figura jurídica para esta situación en la feria. Es importante el protocolizar porque no tan solo le sirve a esta feria, sino también a los demás (Entrevista a informante calificado/a, 2018).

Los testimonios demuestran la importancia que tiene la feria como complemento de ingresos en familias con bajos recursos económicos. En síntesis, los feriantes reconocen al mercado de la Feria de Tucumán como un espacio económico, social, intercambio de conocimiento y solidaridad que deben seguir construyendo.

Los cambios en los contextos impactan de diferentes maneras en las producciones de la agricultura familiar y también ponen a prueba la sostenibilidad de las innovaciones. Un hecho que merece consideración en ese sentido, y que produjo crisis a nivel mundial, fue la pandemia Covid-19 y, a nivel nacional, las medidas de Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO) implementadas en 2020 por los gobiernos en sus distintos niveles. Ello significó un suceso inesperado que expuso una vez más la complejidad a nivel global, impactando de distintas maneras en los diferentes territorios. En el caso de la feria de huerteros de Tucumán, la misma fue suspendida, sin embargo, el equipo de técnicos/as del Programa ProHuerta siguió vinculado de forma permanente con los/as feriantes.

Se realizaron diversos conversatorios sobre temas asociados a cuidados, prevenciones y procesos productivos y organizacionales en contextos pandémicos, vía Zoom y Youtube. Asimismo, se mantuvieron las comunicaciones regulares por redes sociales.

Algunos de los conversatorios fueron: Feria de huerteros de Tucumán; Diálogos organizativos en tiempos de pandemia; Estrategias organizativas de la agricultura familiar para la comercialización; Estrategias de comercialización de la agricultura familiar desde una perspectiva de género; Hablemos de la autoproducción de semillas en la agroecología; Comunicación popular en tiempos de pandemia; La agroecología en la agricultura urbana.

La actividad presencial de la feria de huerteros de Tucumán se reinició a principios de octubre de 2021. La feria volvió a abrir sus puertas para realizar la edición número 135 y subsiguientes, hasta el día de hoy.

Conclusiones

Las nociones de innovación, mercado y gobernanza se encuentran entremezcladas en el caso de estudio de la feria de huerteros de Tucumán. El proceso de construcción de la feria desde las primeras experiencias de trueque (1999), muestra la creación de un mercado innovador que se sustenta en la organización. La feria muestra una particular interacción con programas de desarrollo social como ProHuerta. A pesar de las crisis presupuestarias que deterioraron el accionar del Programa ProHuerta, los feriantes y consumidores han logrado mantener este espacio de mercado hasta nuestros días. Frente a la menor presencia del Estado y la continuidad de la feria, caben los siguientes interrogantes: ¿Por qué la feria de huerteros se sostiene si ya no cuenta con los mismos recursos? ¿Cuáles son las actividades sostenidas en estos últimos años?

La historia misma de la constitución de la Red Orgánica Solidaria de Tucumán (ROST), en constante interacción con los técnicos de INTA y ProHuerta, muestra la consolidación de lazos solidarios y de conocimiento que han permitido sostener a lo largo del tiempo no sólo el espacio de venta sino el espacio de intercambios, sumando a los consumidores. Los feriantes consideran que la resiliencia de la organización y la feria se deben a un largo e ininterrumpido proceso de construcción y cogestión a partir del aprendizaje colectivo y el empoderamiento a través de la delegación de responsabilidades a todos los involucrados.

La feria es una compleja red de relaciones entre tecnología y sociedad, dada por el tipo de alimentos ofertados y su vinculación con una sociedad que valora la producción de hortalizas sin el uso de agroquímicos. Esta imbricada red de personas, conocimientos, información, permite que la feria no sea sólo una experiencia de acceso al mercado con la única finalidad del rédito económico, sino que se construya un auténtico “mercado de vínculos”, que supera las categorías clásicas de la economía. Se podría afirmar que la feria de huerteros es un mercado de la economía social solidaria, permitiendo la sustentabilidad de la experiencia a pesar de contextos de crisis económicas o de pandemias.

“

La feria es una compleja red de relaciones entre tecnología y sociedad, dada por el tipo de alimentos ofertados y su vinculación con una sociedad que valora la producción de hortalizas sin el uso de agroquímicos.

Esta mirada sobre el mercado permite estudiar las interacciones que se dan en la feria en un contexto más amplio, que incluye la vida de los huerteros, de los técnicos y de los consumidores y su manera de interactuar en la feria. Como en todo mercado, se identifica la existencia de un proceso de construcción de un sistema de reglas, normas y valores, vínculos, conocimientos y reconocimientos de prácticas y saberes, que favorecieron la concreción de acuerdos para vender a precios justos. Asimismo, el proceso de valorización de los productos a través de un estudio de mercado al inicio de la feria, que permitió la definición de precios para llegar con alimentos sanos a una población de clase media y media baja muestra la presencia de valores y acuerdos que van más allá de la mera puja de oferta y demanda. La puesta en juego del precio se vincula también con el desarrollo de conocimientos sobre mercadeo que fueron construyendo técnicos y huerteros, en cuanto a la manera de exponer los productos, mejorar la presentación y la promoción de consumo saludable mediante degustaciones que se hacen en el mismo espacio de la feria.

Es necesario profundizar en la interacción entre huerteros y consumidores, para ampliar la oferta de productos demandados por los consumidores y otras modalidades de venta como la entrega a domicilio. Este proceso de cambio no sólo requiere mayor conciencia por parte de los consumidores, sino también de la promoción del Programa ProHuerta de la producción de semillas locales. La continuidad de la feria de huerteros se basa en la gobernanza entre actores heterogéneos que priorizan el desarrollo de la feria.

“

La posibilidad de mantener lazos afectivos entre huerteros, artesanos, viveristas y técnicos permitió la reconstrucción de un ambiente comercial sin que sus participantes sean expertos en mercadeo.

La modalidad de venta en formato feria no es la innovación que llevó a focalizar en la experiencia, sino el rol de las organizaciones y técnicos de la ROST en sostener y mantener un mercado solidario y agroecológico desde 1999. El Programa ProHuerta, que originalmente apuntaba a la autoproducción de alimentos, ha incorporado otras estrategias como la promoción de la comercialización de excedentes. Es por eso que la posibilidad de mantener lazos afectivos entre huerteros, artesanos, viveristas y técnicos permitió la reconstrucción de un ambiente comercial sin que sus participantes sean expertos en aspectos del mercadeo.

La recuperación de la historia, de la memoria popular y colectiva se visibiliza en cada edición de la feria enmarcada en la fiesta del mes (diversidad cultural, día de la madre, recuperación de la soberanía en las Islas Malvinas, independencia nacional). Desde la mirada de los técnicos, se registran motivaciones que van más allá de sus propios salarios, hay un compromiso profesional y humano con el desarrollo de la feria en condiciones acordes en cuanto a calidad sanitaria, solidaridad y apertura hacia nuevos conocimientos.

La interacción entre mundos diversos –técnicos, empleados estatales, huerteros, cuentapropistas, amas de casa, promotores de ProHuerta– crea nuevos conocimientos, nuevas formas de comercializar y promocionar un mercado de la economía social y solidaria.



Bibliografía

Coraggio, J. L. (2011), *Economía Social y Solidaria: El trabajo antes que el capital*, Acosta, A. y Martínez, E. (eds.)

Golsberg, C.; García, J. (2008), *Implementación de un sistema de certificación participativa en el marco de la feria de huerteros de Tucumán. Sistematización de un proceso*, Informe primera etapa, agosto, INTA IPAF NOA.

Le Compte, M. D. y Preissle, J. (1993), *Ethnography and Qualitative Design in Educational Research* (2nd ed.), New York Academic Press.

ProHuerta Tucumán (2009), *Sistematización del Proyecto Promoción de alternativas de comercialización de excedentes de las huertas familiares y comunitarias del ProHuerta Tucumán*.

Ríos, A. (2004), "Factores que aportan a la sostenibilidad de un programa de apoyo al sector de pobres rurales y urbanos marginales", en Ríos, A. et al., *Formación de profesionales para el desarrollo: diagnósticos y propuestas*, Tucumán.

Sampieri, R. H.; Collado, C. F. y Lucio, P. B. (1991), *Metodología de la investigación*, Ediciones McGraw-Hill.

Sánchez, J. (1993), *Marco teórico: el cambio educativo y el desarrollo profesional cooperativo. Evaluación y desarrollo profesional docente*, Universidad de Oviedo y Departamento de Ciencias de la Educación.