



Universidad
Nacional de
General
Sarmiento

Maestría en Economía Social.

Instituciones y prácticas socio-económicas en un mercado estatal
para la Agricultura Familiar: El caso del Mercado Concentrador
Zonal de Posadas.

Por M. Cecilia Anello.

Tesis MAES VI (2013-2015).

Directora: Arzeno, Mariana.

Julio de 2016.

Índice.

Introducción: Sobre el objeto y el objetivo de la investigación.	6
Capítulo I	11
1. Estrategia metodológica.....	11
1.1. Algunos pasos de la construcción teórica.....	14
1.2. Organización expositiva del trabajo.	16
Capítulo II	18
2. Aportes de la Economía Social para la reflexión en torno a los procesos de institucionalización de las prácticas de la agricultura familiar en las políticas públicas.	18
2.1. Introducción.	18
2.2. La definición formal de Economía y la naturaleza de “lo económico”.	19
2.3. La perspectiva de la Economía Social como Economía Sustantiva.	22
2.4. Las relaciones de intercambio de la Agricultura familiar y sus formas alternativas de comercialización desde la perspectiva de Economía Social.	25
2.5. La economía como proceso de institucionalización de prácticas y principios.	28
2.6. Niveles de abstracción y de alcance de los principios, prácticas e instituciones, y sus implicancias para un proyecto de “Otra Economía”.	30
2.7. Los Principios de organización social de la economía: la imbricación de “lo económico” en “lo social”.	31
~ Los principios de coordinación, producción social y circulación como modelos de integración social.	34
Principio de coordinación de una economía compleja.	34
Principio de producción social: el principio de producción para el autoconsumo y su relación con la soberanía alimentaria.	37
Los principios de circulación: reciprocidad, redistribución e intercambio.	40
2.8. Dimensiones y variables de análisis.	48
2.9. Conclusiones del capítulo.	50
Capítulo III	52
3. Análisis de contexto: el surgimiento de las Ferias Francas en Misiones y Posadas, la creación del Mercado Concentrador Zonal y las políticas públicas para la Agricultura Familiar.	52
3.1. Introducción.	52
3.2. Referencia histórico-social agraria de la provincia de Misiones.	53
3.3. El origen de las ferias francas en Misiones y Posadas.	59
~ Las ferias de Posadas.	61
3.4. El Mercado Concentrador Zonal.	65
3.5. La Agricultura Familiar en Misiones y su visibilización en las políticas locales misioneras.	68

3.6. Antecedentes en relación a la política pública para la AF y la comercialización a nivel nacional..	76
3.7. Conclusiones del capítulo.....	91

Capítulo IV 94

4. La gestión colectiva de un mercado: rescate de la experiencia de las Ferias Francas de Misiones....	94
4.1. Introducción.	94
4.2. El principio de coordinación en las prácticas de organización de la producción, comercialización y consumo de las ferias.....	96
~ La escala micro socioeconómica de las prácticas feriantes.	96
~ La escala meso socioeconómica de las prácticas feriantes.	107
4.3. Principio de Producción Social: Prácticas e instituciones para la reproducción ampliada de la AF. ..	118
4.4. Reciprocidad y redistribución en las prácticas de intercambio	122
4.5. Conclusiones del capítulo.....	126

Capítulo V 129

5. La gestión estatal de un mercado: El Mercado Concentrador Zonal de Posadas.	129
5.1. Introducción.	129
5.2. La Coordinación en el Mercado concentrador.	130
~ Las prácticas de coordinación micro socioeconómica en el MCZ.	130
~ Prácticas de orden meso socioeconómica: La articulación con la estructura municipal y provincial.	141
5.3. El principio de Producción Social en el MCZ: Entre el autoabastecimiento local y la mercantilización de los alimentos.....	147
5.4. Prácticas de Reciprocidad y redistribución en que se sostiene la experiencia.....	151
5.5. Contradicciones y resignificaciones en las prácticas del MCZ.	155
5.6. Conclusiones del capítulo.....	163

Conclusiones Generales.	166
-------------------------	-----

Referencia bibliográfica.	170
---------------------------	-----

Anexo.	175
--------	-----

AGRADECIMIENTOS.

El siguiente trabajo es tan sólo la materialización de un camino de aprendizaje, recorrido y compartido por muchas voces y experiencias, que exceden largamente la actividad académica.

El agradecimiento es para aquellos que nos enseñaron a sentir, pensar, hablar, escuchar, observar y actuar en plural.

Para aquellos que nos enseñaron en la práctica a construir el “otro” mundo que imaginan posible, desde el aquí y ahora.

Para aquellos que con su enérgico modo de vida hacen más justa la existencia de tantos otros.

Para aquellos que nos enseñan a agradecer y celebrar la vida en cada acto cotidiano.

Para la semilla, que es fruto y promesa de vida.

BREVE NOTA INTRODUCTORIA.

El siguiente trabajo fue redactado en medio de un doble proceso de transformación, personal y social.

En el primer caso, buena parte de las palabras aquí volcadas fueron pergeñadas y escritas durante la gestación de nuestra pequeña Paloma, en medio de un cambio físico y psíquico, que se consagró el día que la escuchamos llorar por primera vez. Ello implicó que el trabajo se viera interrumpido en diferentes oportunidades, pero especialmente luego del parto, descontextualizando algunas de las cosas que se escribieron en su momento.

En el segundo, el cambio de gobierno y su contundente giro en las políticas macroeconómicas, sociales, jurídicas y de derechos humanos, representaron la culminación de un ciclo, que no sin contradicciones, significó la ampliación de derechos para los sectores más postergados. La agricultura familiar, los pequeños productores, los minifundistas, los campesinos, los colonos, son los que diariamente nos proveen a las ciudades de alimentos, pero padecen las condiciones asimétricas de poder, al no encontrar representatividad de su forma de vida: en la tecnología, en los procesos productivos, en los mercados, en los sistemas de salud y transporte, etc. Las políticas públicas desarrolladas en esta etapa intentaron dar un reconocimiento a esa voz, aunque sus esfuerzos fueron sumamente contradictorios y limitados para atenuar los efectos del modelo extractivo que hoy continúa desplegándose en los territorios.

En estas condiciones, la presentación de este trabajo tiene un dejo de añoranza, por lo que pudo ser y no fue, por lo que parecía y no era. El análisis se remite entonces a un momento histórico particular, a un ciclo que se acaba de cerrar y a cuya transformación asistimos diariamente.

Creemos que el contexto actual requiere de apelar a la creatividad colectiva, para reinventar las respuestas frente a las nuevas caras que adopta el proyecto neoliberal en nuestro país. La Economía Social, recoge y enriquece con una mirada crítica, a la diversidad de los actores que cotidianamente transgreden el “sentido común” a partir de sus prácticas y principios. A ellos van dirigidos nuestros esfuerzos más sinceros.

INTRODUCCIÓN: SOBRE EL OBJETO Y EL OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.

En los últimos 15 años se ha observado en la región latinoamericana, un proceso de incorporación del campo de la Economía Social y Solidaria (ESS) en la estructura formal del Estado, bajo diversos matices y condiciones locales de surgimiento, implementación y sentido político. Ello se da en el marco de una crisis múltiple y multiescalar de reproducción del sistema capitalista, que en el sector rural emerge como “cuestión agroalimentaria” y en los sectores populares como “crisis de reproducción de las unidades domésticas” a partir del trabajo asalariado.

Así, un poco más recientemente, en nuestro país, la cuestión de la seguridad y soberanía alimentaria y el respectivo rol de la agricultura familiar (AF) formaron parte de la discusión de las políticas públicas, tanto desde el Estado (a través de distintas agencias e instancias de intervención) como desde otros múltiples actores movilizados por el tema.

Una de las acciones que buscaron promoverse en ese contexto fue la creación y consolidación de Ferias de la AF (FFAF), un tipo de experiencia originalmente surgida por iniciativa popular en la provincia de Misiones –Las Ferias Francas de Misiones-¹.

Como institución² arraigada en los principios y prácticas de la AF, las ferias surgieron a mediados de la década del '90 ante la necesidad de los agricultores familiares de poner

¹ Diferenciamos a las “Ferias Francas” de las “Ferias de la Agricultura Familiar”, como dos significantes que si bien representan mercados de organización popular, refieren a procesos sociales distintos. Mientras que en el primer caso remiten específicamente al proceso originado en Misiones; en el segundo, se trata de tener en cuenta además procesos más recientes, emergentes en todo el territorio nacional y que incorporan a una heterogeneidad de productores (urbanos y rurales), cuyo origen además, se explica no sólo en la iniciativa popular sino también en la promoción estatal. En ese sentido, el término FFAF resulta más amplio que el de Feria Franca aunque también más impreciso, pues se trata de resaltar al sujeto político asociado a tal forma de comercialización. Pues, ferias (a secas) han existido desde mucho antes en las grandes ciudades, como ferias itinerantes barriales gestionadas por los municipios, que no están exentas del pago de impuestos y que además, en general reúnen a comerciantes que revenden diversos productos (frutas y verduras, productos de higiene y limpieza, carnes, ropa, etc.). A lo largo de la narrativa, los términos se usarán en forma indistinta, pero saldando aquí las diferencias cualitativas.

² A lo largo del texto apelaremos a distintas connotaciones del concepto de “instituciones”. En un sentido restringido, nos referiremos a la creación en la estructura organizacional del Estado de diversas instancias de gestión política (oficinas, dependencias, etc.) así como de instrumentos jurídicos y dispositivos técnicos (leyes, programas, proyectos, etc.). Mientras que un sentido más amplio, el concepto refiere a un proceso de incorporación de patrones de comportamiento en las prácticas de los actores, que pueden o no ser incorporados en una ggestructura formal. En el Capítulo II profundizaremos más sobre ello.

en práctica una propuesta de comercialización alternativa en el contexto de crisis de las producciones tradicionales (tales como la yerba, el tabaco). (Carballo, 2000). En ellas, los AF tienen la posibilidad de desarrollar sus propias prácticas y lógicas (como una extensión de la unidad doméstica), generando estrategias de ingresos alternativas, volcando sus excedentes productivos y valorizando el trabajo doméstico, a través de un vínculo directo con el consumidor local y basándose en general en principios de reciprocidad, democracia, autodeterminación, equidad. (Cittadini et al., 2010). En términos de la Soberanía Alimentaria ello implica fortalecer la producción local de alimentos; recuperar y sostener técnicas, saberes y costumbres locales; favorecer los circuitos cortos de comercialización, y, a su vez, facilitar el acceso a alimentos de la canasta básica a la población local mediante un precio más accesible. Así como también, las ferias representan la capacidad de organización popular, para llevar adelante un proceso autogestivo, que favorece los vínculos horizontales y la participación democrática. (Paz et al., 2013).

Dada la importancia de las FFAF como referente autogestivo de comercialización directa, surgió el interés por analizar cómo se incorporan sus prácticas, instituciones y principios, en una experiencia impulsada desde la órbita pública por el gobierno provincial de Misiones. Ocurre que, a partir de la “Ley Provincial de Ferias Francas y Mercado Concentrador Zonal” sancionada en el año 2010, se pone en marcha – concretamente a partir de 2012- un Mercado Concentrador, organizado por un organismo provincial autárquico (IFAI, Instituto de Fomento Agropecuario e Industrial) que coordina el mercado y lleva adelante además cierta planificación sobre la producción, en principio, en la búsqueda de democratización del acceso al mercado a la AF. Dicha propuesta se enmarca en un proceso más general de legitimación de las demandas de la AF a partir de las políticas públicas, atendiendo a su fortalecimiento y el

de la Soberanía Alimentaria local. Así, nuestro tema de interés sería, de alguna manera, conocer y comprender las particularidades de ese Mercado y analizar qué prácticas, principios e instituciones se identifican con la experiencia de las FFAF y cuáles hacen parte de las características propias de una intervención planteada desde la órbita estatal. Partimos de la premisa de que la organización del proceso económico es un proceso complejo y fundamentalmente político, que no está exento de contradicciones. Frente a ello, la hipótesis que recorre el trabajo sustenta la idea de que las prácticas, instituciones y principios que caracterizan en mayor o menor medida a la AF y la organización de sus ferias, son complementadas, interpeladas o contradichas por el accionar estatal, en tanto este último es portador de una lógica propia (evidenciado también en sus prácticas, instituciones y principios). En ese sentido, parte del objetivo de la investigación es rescatar la experiencia de las FFAF para identificar aquellos elementos que son resignificados por las políticas públicas en el desarrollo de su propia lógica.

Consideramos que la relevancia de la investigación radica en que si bien existen numerosos trabajos que abordan las características de las ferias³, es menos frecuente encontrar registro de discusiones y análisis específicos sobre políticas públicas orientadas a la comercialización en FFAF, probablemente dado el carácter inédito de este tipo de políticas públicas en el país. Eso no quiere decir que no existan o hayan existido políticas públicas orientadas al fortalecimiento de la comercialización de la AF sino que a diferencia de políticas anteriores, éstas legitimaron prácticas y principios propios de la economía popular y se cristalizaron en instituciones político-administrativas específicas.

³ Así, la bibliografía remite a la sistematización de procesos de gestación de distintas experiencias (Alcoba y Dumrauf, 2011; Centeno, 2013; Cittadini et al., 2010); a la descripción de los procesos de organización interna y de marco institucional que regula el funcionamiento de las ferias (Colman, 2009; Pereira, 2007); al análisis de la concepción de los agricultores sobre las ferias y cómo esto influye en las limitaciones de estos emprendimientos (Schiavoni, 2010); a la indagación en el perfil y expectativas de los consumidores que acceden a las ferias (Basco Caracciolo, 2013; Carballo et al., 2008); etc.

Es por eso que creemos que el análisis sobre una intervención política puntual -el Mercado Concentrador Zonal de Posadas- puede contribuir a reflexionar sobre las contradicciones que hay en las mismas y ser un aporte valioso para quienes toman decisiones políticas. Consideramos además que esta iniciativa se enmarcó en un proceso de institucionalización más amplio de políticas orientadas a fortalecer las estrategias de vida de la AF, manifiesta particularmente a nivel regional a partir la creación de la REAF (Reunión Especializada sobre Agricultura Familiar del MERCOSUR) en el año 2004 y a nivel local, con la creación del FONAF (Foro Nacional de la Agricultura Familiar) en el año 2006, y especialmente a partir de la creación de la Subsecretaría de Agricultura Familiar (luego elevada al rango de Secretaría Nacional) en el ámbito de la Ex Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación (Hoy Ministerio de Agroindustria), en el año 2008. (Craviotti, 2014; Manzanal y González, 2010).

A partir de lo anterior, y reconociendo la contribución de las ferias a la seguridad y soberanía alimentaria y al fortalecimiento de la Agricultura Familiar como un actor de la Economía Social, y en el marco de la creación del Mercado Concentrador Zonal desde la política pública, nos preguntamos:

- A. ¿Cómo se institucionalizan las prácticas y principios socioeconómicos presentes en las Ferias de la Agricultura Familiar en el Mercado Concentrador Zonal de Posadas promovido desde la política pública?
- B. ¿Cuál es la concepción de Economía que subyace en las prácticas del MCZ?
¿Qué implicancias tiene ello sobre la organización de la producción y comercialización de alimentos de la AF?

A partir de ellas el **objetivo general** de la investigación sería:

- ∞ Contribuir al conocimiento y la discusión sobre la relación entre Economía Social (ES), políticas públicas y Soberanía Alimentaria (SA) y, a través del

análisis de los alcances y limitaciones de una experiencia estatal de comercialización de la agricultura familiar (el Mercado Concentrador Zonal de Posadas, provincia de Misiones).

Los **objetivos específicos** serían:

- ∞ Describir y analizar acerca de cómo se institucionalizan las prácticas y principios socioeconómicos presentes en las Ferias de la Agricultura Familiar en la organización del Mercado Concentrador Zonal de Posadas promovido desde la política pública, haciendo hincapié en aquellas particularmente vinculadas a la Soberanía Alimentaria.
- ∞ Reflexionar acerca de los alcances y limitaciones de las prácticas y principios socioeconómicos que se recrean en el Mercado Concentrador Zonal a partir de las resignificaciones que se dan sobre la experiencia de las Ferias de la Agricultura Familiar.

CAPÍTULO I

1. ESTRATEGIA METODOLÓGICA

Partimos de considerar al conocimiento científico como parte de una construcción social donde el investigador no está exento de sus propias valoraciones subjetivas sobre la realidad y el objeto de estudio. Consideramos que, en tanto actores sociales intervinientes, la realidad se presenta como subjetiva e intersubjetiva, donde la producción de conocimiento contribuye a producir y reproducir el contexto de interacción que se investiga (Sautu et al., 2005). Ante ello, decimos que: *“La investigación social es una forma de conocimiento que se caracteriza por la construcción de evidencia empírica elaborada a partir de la teoría aplicando reglas de procedimiento explícitas. En su contenido la investigación es temporal-histórica, es acotada y acumulativa, está sujeta a inexactitudes y, por lo tanto, es parcial o totalmente refutable.”* (Sautu, 2011)

De acuerdo a las preguntas y objetivos que nos propusimos, el siguiente trabajo de investigación refleja un proceso de elaboración enmarcado en una estrategia metodológica de tipo cualitativa. La misma se caracterizó por el avance simultáneo en dos instancias de investigación: teórico-metodológica y empírica.

En la instancia teórico-metodológica, se realizó una revisión bibliográfica de diversos trabajos de investigación y sistematización de casos, así como de los aportes teóricos trans disciplinarios de la Economía Social, que permitió elaborar los primeros conceptos guías (Ragin, 2007). Los aportes de otros investigadores y maestrandos también formaron parte de esta construcción.

Como parte del trabajo empírico, por su parte, se ha realizado un seguimiento y revisión de diferentes fuentes secundarias de información, y se ha accedido a información

primaria, fundamentalmente a través de entrevistas. Las fuentes secundarias consistieron en la revisión de notas periodísticas de diarios digitales provinciales, leyes y ordenanzas locales y nacionales, informes de Congresos, Jornadas y encuentros de ferias y distintos mercados populares, etc. Concretamente,

- a) Se sistematizaron y analizaron 160 registros, que abarcan el período comprendido entre el año 2008 hasta Junio de 2015, de distintas fuentes: mayormente diarios locales digitales de amplia difusión provincial y en menor medida medios alternativos y/o de menor alcance; diarios regionales y nacionales; boletines oficiales del Ministerio de Agricultura de la Nación; boletines de prensa de los Ministerios de Desarrollo Social y Salud Pública de la Provincia de Misiones; y, páginas web institucionales (IFAI, INTA, INCUPO, CLOC-VIA CAMPESINA, REAF-Mercosur).
- b) Respecto a las normativas, se ha accedido a las Resoluciones provinciales y nacionales que en un período semejante (a partir de 2010) legislan sobre: las ferias y el Mercado Concentrador Zonal de Posadas (MCZ), la producción y registro de alimentos y establecimientos de elaboración de alimentos artesanales, el fomento de la producción agroecológica, y un marco normativo general para la Agricultura Familiar a nivel provincial y nacional.
- c) Así también, al momento se ha participado de al menos cinco jornadas directamente vinculadas a las temáticas de la comercialización para la Agricultura Familiar (como prácticas, políticas públicas y normativas vigentes) que también han servido para acceder a información primaria y secundaria (otras experiencias de ferias y otros canales alternativos de comercialización de la AF en el resto del país, experiencias de “compra estatal a la Agricultura Familiar” en Argentina y otros

países latinos y declaraciones de dirigentes de ferias y otras organizaciones cercanas al proceso, fundamentalmente).

A su tiempo, la delimitación del campo de estudio y la selección del estudio de caso fue parte de un proceso emergente a partir de entrevistas semi-estructuradas y consultas informales a distintos informantes claves (a modo de un muestreo no probabilístico o de “bola de nieve”) y del propio trabajo exploratorio de visitas al lugar de estudio u observación no participante. El mismo fue llevado a cabo entre el mes de Septiembre de 2014 y Junio de 2015.

Como estrategia cualitativa, su objetivo es la producción de “conocimiento en profundidad” en relación a un conjunto de variables lógicamente entrelazadas, donde el estudio de caso, proporciona “*una materia prima especialmente rica para construir nuevas ideas teóricas*” (Ragin, 2007: 148) . Es decir, el estudio de caso se basa en un diseño de investigación orientado al análisis de las relaciones entre muchas propiedades concentradas en una sola unidad (Yin, 1993). Es por ello que este tipo de investigaciones apelan a marcos teóricos fluidos, es decir, marcos analíticos que se definen y redefinen *durante el proceso de investigación* en función del diálogo entre las pruebas empíricas y teóricas. (Ragin, 2007)

En nuestro caso, la investigación se centra en un estudio de caso sobre el MCZ de la ciudad de Posadas, provincia de Misiones. El alcance temporal de la misma coincide con la creación del Mercado Concentrador Zonal, es decir, desde el año 2010 a la actualidad – momento en que se dicta la “Ley Provincial de Ferias Francas y Mercado Concentrador Zonal”. Se han realizado allí un trabajo de observación no participante y distintas entrevistas semi-estructuradas y charlas informales con referentes del proceso. Las entrevistas incluyeron a distintos referentes del Estado municipal y provincial donde se hallan institucionalizadas las ferias francas y el MCZ. Esto es, referentes del

directorío del IFAI y del MCZ; del Ministerio del Agro y la Producción de la Provincia de Misiones; de la Dirección General de Producción y Ferias Francas de Posadas; de la Dirección General de Salud, control alimentario y Medio Ambiente - Secretaría de Calidad de Vida (bromatología); y finalmente, a una Diputada provincial, involucrada en distintos procesos de formalización de las ferias y el MCZ. En el ámbito del Estado nacional, se ha entrevistado al director y a una técnica de la Dirección Nacional de Ferias Francas e Intercambios regionales de Secretaría de Agricultura Familiar de la Nación.

Por otro lado, el trabajo de campo también incluyó el diálogo con actores directamente involucrados en el MCZ: encargado de sector y productores que comercializan en el mercado. Así también, se ha llevado a cabo un trabajo de observación no participante en seis de las trece ferias francas de Posadas y en la feria franca de Oberá. Esto ha sido complementado con entrevistas semi-estructuradas a los respectivos presidentes de ambas asociaciones de ferias, a la Secretaria de la Asociación Provincial de Ferias o “Interferias” y de entrevistas elegidas al azar con distintos feriantes de cada feria.

Finalmente, como informantes claves, se apeló a la consulta a diversos técnicos e investigadores que trabajan o han trabajado el mismo campo.

1.1. ALGUNOS PASOS DE LA CONSTRUCCIÓN TEÓRICA.

La revisión del proceso de gestación, maduración de las FFAF, por su parte, permitió identificar elementos comunes entre tales experiencias y la propuesta del Estado provincial a partir de las categorías analíticas aportadas por el marco teórico. Es decir, la delimitación de los conceptos y categorías de análisis fue parte del mismo proceso de construcción del marco analítico (Ragin, 2007). Partiendo de una perspectiva microsocioal (Sautu et al., 2005) se intentó inducir categorías analíticas a partir de los

estudios de caso y sistematizaciones de distintas FFAF, hacia la construcción de una perspectiva macrosocial, que luego fuera de aplicación al caso particular, logrando así una articulación o complementariedad de dos niveles o perspectivas: micro y macrosocial. Es decir, se intentó utilizar el análisis de la sistematización de las experiencias de las FFAF como recurso heurístico o representación figurativa del objeto que sirvió de guía para el reconocimiento (Sautu et al., 2005).

Concretamente, a partir de los principios de organización social de la economía planteados por Polanyi (2011) y retomados por Coraggio (2011) se seleccionaron aquellos que se consideraron relevantes para el caso a analizar: el Principio de Coordinación de una Economía Compleja, de Producción Social (administración doméstica) y Circulación (intercambio, reciprocidad y redistribución), cuya conceptualización se desarrolla más adelante⁴. La elección de estos principios por sobre los otros se debe a que la investigación está problematizando al mismo tiempo al mecanismo de mercado (esfera de circulación); a la dimensión política de la autoproducción de alimentos y la desmercantilización de la alimentación (Producción para el autoconsumo- Soberanía Alimentaria); y a los alcances y limitaciones de la coordinación del proceso económico desde el aparato estatal.

Finalmente, la sistematización, codificación y análisis de la información relevada a campo permitió delinear diversas variables de análisis, a partir de aquellos principios (Ver Apartado 2.8 “Dimensiones y variables de análisis” en la página 48).

⁴ Ver página 34., apartado 2.4 del Capítulo II: Los principios de organización social de la economía: la imbricación de “lo económico” en “lo social”.

1.2. ORGANIZACIÓN EXPOSITIVA DEL TRABAJO.

El trabajo se ha organizado de acuerdo a los siguientes capítulos. En el Capítulo II abordaremos los principales elementos sobre los que se erige la Economía Social en tanto economía sustantiva, tensionando los supuestos básicos sobre los que se asienta la economía formal. Plantearemos allí los principios centrales de imbricación de lo económico en lo social, profundizando en aquellos que consideramos pertinentes para el estudio de caso planteado: los principios de Coordinación, Producción Social y Circulación. Así, en un ejercicio analítico, vincularemos el principio de Coordinación con nuestra visión sobre las políticas públicas, que nos brinde elementos para poner en discusión los resultados. A partir del principio de Producción Social – autoconsumo- indagaremos en la prácticas que aseguran la reproducción ampliada de la AF intentado dilucidar la implicancia de su presencia en la organización del intercambio de alimentos. Y finalmente, intentaremos comprender las relaciones de intercambio de la AF en el marco de una economía mercantil a la luz de los principios de reciprocidad y redistribución.

En el Capítulo III, incluimos un breve repaso por la historia de conformación del territorio provincial, dando cuenta de los elementos que dieron lugar a una estructura social agraria caracterizada por la presencia de una gran cantidad de pequeños productores. Se intenta con ello, hacer una contextualización del surgimiento de las ferias francas en Misiones y la difusión de esa forma de comercialización tanto al resto de la provincia como a las diversas FFAF del resto del país. Así también, se intentó dar cuenta del contexto institucional en que surge el Mercado Concentrador Zonal tanto en términos de las políticas públicas provinciales como en el marco del rol que la Agricultura Familiar local busca ocupar en la producción y comercialización de alimentos. Sin agotar la cuestión, se hace una caracterización general de las políticas

públicas provinciales y nacionales durante las décadas del '90 y 2000 orientadas al desarrollo rural, haciendo hincapié en aquellas que afectaron las condiciones de comercialización de la AF. Finalmente, se mencionan algunos cambios institucionales más recientes de nivel nacional a partir de los cuales la Agricultura Familiar también gana centralidad en la agenda política.

Luego, en los Capítulos IV y V, se desarrolla el trabajo analítico tanto sobre las FFAF como del MCZ. En el primer caso (Capítulo IV) se intentó hacer una reconstrucción teórico-empírica sobre las ferias francas de Misiones como modo de coordinación de un mercado a partir de los principios de organización mencionados. Mientras que en el Capítulo V, nos adentramos en las particularidades del caso del MCZ, intentando marcar algunos contrapuntos con las prácticas feriantes. Para ambos casos, y donde fue posible, se diferenciaron prácticas de orden micro y meso socioeconómicas, referenciando sus alcances y limitaciones.

Finalmente, se presentan algunas reflexiones en torno a las particularidades con que se enfrentan las políticas públicas para la AF, que en algunos casos, remiten a discusiones no saldadas; en otros, se tratan de algunas consideraciones que pueden contribuir a interpelar los modos en que se institucionalizan las prácticas de la AF en el aparato estatal.

CAPÍTULO II

2. APORTES DE LA ECONOMÍA SOCIAL PARA LA REFLEXIÓN EN TORNO A LOS PROCESOS DE INSTITUCIONALIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS DE LA AGRICULTURA FAMILIAR EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS.

2.1. INTRODUCCIÓN.

En los últimos 60 años, la problemática agraria, ha sido abordada desde diversos enfoques: desde las teorías de la modernización, el estructuralismo, la teoría de la dependencia, el neoliberalismo, el neoestructuralismo, etc. reflejando las diversas corrientes económicas, sociológicas y políticas de cada momento histórico particular (Kay, 2001). Dichos enfoques, a pesar de problematizar las condiciones de inequidad en el desarrollo de los sistemas agrarios latinoamericanos desde distintas bases teóricas, reciben en la actualidad la crítica tanto de organizaciones sociales como de nuevas corrientes intelectuales, porque no logran superar las bases de pensamiento etnocéntrico, eurocentrado, patriarcales, propias de razón moderna.

En ese marco, el campo de las Ciencias Sociales ha dado lugar en las últimas décadas a la voz de pensadores latinoamericanos –entre otros- que desde una perspectiva crítica rescatan el valor de la particularidad del pensamiento y la praxis latinoamericana, para comprender y explicar los procesos locales. En coincidencia- y a consecuencia- del contexto de profundas y múltiples cambios sociales, políticos, económicos, forjados en una crisis generalizada del sistema capitalista, es que se despliega el debate de la Economía Social y Solidaria (ESS) en el campo de la Economía política. La ESS se plantea no sólo como teoría crítica a la teoría neoliberal, sino también como aglutinadora de un proyecto político y societal alternativo “al desarrollo” y desde la economía popular.

Entendemos que hasta el momento, los diversos enfoques mencionados han resultado insuficientes para comprender las estrategias de reproducción de las unidades domésticas porque parten de una concepción formal de economía, en tanto lo económico está unívocamente vinculado a lo crematístico. Para ello, en los siguientes apartados, abordaremos los principales elementos sobre los que se erige la Economía Social y Solidaria en tanto economía sustantiva. Nos adentraremos principalmente en la discusión acerca del sentido de “lo económico” tensionando los supuestos básicos sobre los que se asienta la economía formal. En ese marco, el foco de discusión estará puesto en la deconstrucción del sentido común hegemónico a partir del cual el mercado se constituye en la institución organizadora y reguladora de las relaciones sociales. Y a su tiempo, intentaremos brindar algunos elementos teóricos para comprender las relaciones de intercambio en la AF. Propondremos para ello, una serie de principios centrales de imbricación de lo económico en lo social y profundizaremos en aquellos que consideramos pertinentes para el estudio de caso planteado: los principios de Coordinación, Producción Social y Circulación.

2.2. LA DEFINICIÓN FORMAL DE ECONOMÍA Y LA NATURALEZA DE “LO ECONÓMICO”.

Para dar comienzo a este apartado queremos introducir algunas preguntas que nos puede ayudar a guiar su contenido:

¿Por qué es necesario plantear una concepción diferente de economía- a la de economía formal o economía a “secas”- para entender las relaciones de intercambio (y las prácticas asociadas a ellas) de la Agricultura Familiar? ¿Qué elementos aporta la perspectiva de Economía Social para comprender a las formas alternativas de comercialización, como son las FFAF? ¿Qué elementos aporta para analizar cómo estas se institucionalizan en una experiencia puntal de la política pública provincial?

Para responder a estas preguntas, primero, consideramos que debemos hacer una breve mención a lo que entendemos por economía formal y los supuestos sobre los que se asienta, para luego avanzar en el planteo de una concepción alternativa y su vinculación con el sujeto social de nuestro interés.

La definición formal de economía se enmarca dentro del paradigma occidental, moderno, capitalista, y se asienta sobre una serie de supuestos de comportamiento (sobre los sujetos, instituciones y sistemas) que tienen implicancias ontológicas, epistemológicas, prácticas y sistémicas que es necesario dilucidar para poder avanzar hacia nuevos esquemas de pensamiento.

La economía – a secas- es definida por Lionel Robins como: *“la ciencia que estudia la conducta humana como una relación entre fines y medios escasos que tienen usos alternativos”* (Citado por Caillé, 2009). Los supuestos que se inscriben detrás de esta concepción implica encontrarse frente a sujetos que: gozan de libertad individual, igualdad en los derechos e igualdad de condiciones frente a las oportunidades; reconocen y reproducen una racionalidad limitada basada en la maximización del lucro; tienen necesidades de consumo y producción infinitas; parten de una propensión natural al intercambio mercantil; y, entre otras cosas, establecen una relación de externalidad (como sistema aislado) con su entorno natural.

En términos institucionales y sistémicos, la economía formal se asienta sobre una base jurídica que reconoce al derecho de propiedad individual como centro de las relaciones sociales. Desde esta perspectiva, las relaciones sociales se limitan a relaciones mercantiles entre individuos libres, que como suma algebraica constituyen “la sociedad”, en lo que la economía conceptualiza como sistema económico, es decir: *“el conjunto de relaciones básicas, técnicas e institucionales que caracterizan la organización económica de una sociedad y condicionan el sentido general de sus*

decisiones fundamentales, así como los causes predominantes de su actividad.”
(Morcillo y Beker, 1993: 14).

Bajo este paradigma, toda economía es economía de mercado, donde los individuos intercambian libremente bienes, servicios y factores productivos (Morcillo y Beker, 1993). El mercado, como arreglo institucional de las relaciones sociales se transforma en el único sistema de coordinación social, donde el sistema de precios funciona como un sistema de señales que organiza las esferas de producción, distribución, circulación y consumo, regulando los flujos de bienes (servicios y factores) y de ingresos (salarios, beneficios, intereses, etc.) que hacen a la economía real (Heilbroner y Thurow, 1987).

En términos generales, los supuestos sobre los que se sostiene la definición formal de economía indican que el “sentido de lo económico” se dirime entre un problema de escasez y una infinitud de “necesidades”: “la asignación de recursos escasos a fines múltiples”, donde el objetivo es la maximización de la ganancia empresarial (Coraggio en Cittadini, 2010). Esto, a su vez, imprime un sentido particular a la acción humana, que se reduce a acciones egoístas y mecánicas de medios orientados a un fin, donde opera un tipo de racionalidad (formal, mecanicista, utilitarista), que obedece a una elección subjetiva de los individuos.(Coraggio, 2009). “Lo económico” se reduce así a una materialidad estricta de producción de bienes y servicios “útiles”, sujeto a fines individuales.

Sin embargo, esta concepción de economía carece de una visión histórica y social de las formas de organización económica, y más aún de las relaciones de poder que se inscriben por detrás. Pues, como nos recuerdan Hinkelammert y Mora Jiménez (2009) existen una serie de “condiciones formales” para la existencia de una economía de mercado que implicaron la presencia concreta de los siguientes elementos: la propiedad privada de los medios de producción y de vida; una división social del trabajo

largamente extendida; una esfera de productores privados independientes; un objetivo de producción fundamentalmente mercantil; el desarrollo del dinero como medio de intercambio y expresión del valor de las mercancías; la apropiación privada del excedente económico generado socialmente; la transformación de los productores directos en trabajadores asalariados libres; y la transformación del dinero en capital. (Hinkelammert y Mora Jiménez, 2009).

2.3. LA PERSPECTIVA DE LA ECONOMÍA SOCIAL COMO ECONOMÍA SUSTANTIVA.

Por su parte, desde distintas concepciones de la Economía Social y Solidaria⁵, lo que se intenta es justamente devolver el carácter histórico, social y político de las relaciones sociales, donde las relaciones de intercambio mercantil sean una más dentro de un espectro más amplio. Nuestro punto de partida constituyen los aportes de la Economía Social en línea con el trabajo académico y político de J.L Coraggio, como parte de la corriente latinoamericana de la Economía Social y Solidaria.

En este marco, consideramos que la Economía Social se inscribe dentro de una concepción de Economía Sustantiva, en tanto, como plantea Polanyi, lo económico se entiende “*como un proceso institucionalizado de interacción entre el hombre y la naturaleza que permite un abastecimiento regular con medios materiales para satisfacer las necesidades*”⁶ (Polanyi, 1976: 159). Es decir, partiendo de una visión transhistórica esto le permite al autor explicar el accionar humano, que en lo sustantivo busca satisfacer sus necesidades, pero a la vez, distinguir el carácter histórico, social y particular de cada sistema económico concreto.

⁵ Existen una diversidad de corrientes dentro del campo de la Economía Social y Solidaria, que incluso apelan a diferentes significantes (Economía Social, Economía de la Solidaridad, Economía Solidaria, Economía Plural, etc.). En términos generales se suele separar la visión Europea o de países centrales (que incluyen a la corriente canadiense) vinculada al movimiento cooperativo tradicional y el trabajo de las ONGs, por un lado, y por otro, la visión latinoamericana más vinculada a movimientos y actores sociales de resistencia y reivindicación político-social, con sus diferentes referentes en el tema. Para más ver: Guerra, 2004; Mutuberría, 2010; Coraggio, 2013; Ghibaudi, 2003; Perez et al, 2008; Melo de Lisboa, 2004).

⁶ Dicha observación parte de una concepción aristotélica de la economía, para la cual el *oikos*, la economía, consiste en la buena gestión de la casa.

Siguiendo en la diferenciación con la economía formal, Caillé (2009) afirma que en ambas perspectivas, se inscribe una diferente concepción de materialidad y utilidad, y en última instancia de libertad y democracia. Así, para la visión formal de la economía, su sentido es la producción ilimitada de bienes (y servicios) sujetos a una “racionalidad subjetiva” igualmente ilimitada en el deseo. Mientras que, para la visión sustantiva de economía, la utilidad objetiva de los bienes y servicios tienen sentido en tanto contribuyen a asegurar la autarquía, la libertad y autonomía, tanto de las economías domésticas como de los grupos sociales en que se insertan.⁷ Como lo explica Caillé (2010), el error del individualismo metodológico y de las teorías de la acción racional, radica en limitar la comprensión de la acción humana a la esfera del interés propio por la supervivencia. Al levantar ese supuesto de comportamiento, la Economía Social apela a los aportes de la sociología y antropología económica, abordando la dimensión de la acción de los sujetos desde enfoques de mayor complejidad. Desde la teoría antiutilitarista de la acción, Caillé (2010) propone una tipología tetradimensional de la acción basada en: el interés propio, el interés por los demás (que prefiere llamar, amancia), la libertad y la obligación. Siguiendo a la “teoría del don” de Marcel Mauss⁸, el autor aduce que la acción social está tensionada simultáneamente por el interés de supervivencia, la competencia, el individualismo, etc. pero también por lograr el reconocimiento de los demás (la empatía con el otro); por la necesidad (las necesidades biológicas) y las obligaciones sociales (las leyes que establecen límites a la acción,

⁷ Caillé distingue entre un *utilitarismo subjetivo* y un *utilitarismo objetivo*. El primero corresponder a la concepción formal de economía y se basa en una libertad negativa de los individuos, es decir, a entender a la libertad como “ausencia de oposición”, donde es posible realizar los deseos infinitamente y lo “útil” es entonces todo aquello que atiende a esos deseos. El utilitarismo objetivo, por su parte, responde a la visión sustantiva de economía y se basa en una idea de libertad positiva, es decir, en la capacidad de los individuos de ser dueños de su voluntad, y de determinar sus propias acciones, para lo que lo “útil” tiene sentido en tanto no compromete la autarquía de los individuos y la sociedad. (Berlin, 2001).

⁸ Marcel Mauss, desarrolla en su obra “Ensayo sobre el don” una reinterpretación del intercambio de bienes (kula) analizado por Bronislaw Malinowski (1973) practicado por las comunidades originarias de las islas Trobriand, en el Oceano Pacífico. El autor pone de manifiesto que “el don” genera una lógica de reciprocidad basada en la obligación de “dar, tomar y devolver”, donde la acción “desinteresada” del regalo es también acción interesada, pues satisface el interés material y de reconocimiento del dador, a la vez que responde a una obligación social generada pero que es asumida libremente, apareciendo así, los términos de obligación y libertad, que luego retoma Caillé (2010).

reconociendo los intereses de otros actores); y por la libertad, como acción creativa, deliberada en cierto marco normativo, pero también como acción espontánea, fecunda, que da lugar a lo “nuevo”: “*libertad-fecundidad-generatividad*” (Caillé, 2010). En esta interpretación sociológica del interés, el individuo es sujeto de la acción, cuando trasciende el interés por sí mismo, la obligación y la amancia, en pos de una acción creadora que capte el reconocimiento del otro, no como una acción egocéntrica sino como prueba de su propia existencia.

Lo que queremos decir con esto es que, la “propensión al intercambio comercial” de la que habla Adam Smith (1776) y que motoriza al *homo economicus* como una voluntad natural del ser humano a especular, a trocar, constituye una reducción del contenido de “lo económico” que la Economía Social se propone disputar al sentido común legitimado por la economía formal. Antes bien, las relaciones de intercambio mercantil tienen un origen histórico concreto. Como lo plantea Polanyi (2011), la mercantilización de los medios de producción y de la fuerza de trabajo que dio lugar a la “gran transformación” de la sociedad en una sociedad de mercado, a la sociedad capitalista de mediados del siglo XVIII, transformó y separó definitivamente la finalidad misma de la producción de valores de uso de la de valores de cambio, reduciéndola a la generación de un excedente. Así, el carácter infinito del proceso de acumulación desplaza el sentido sustantivo de la economía, pues se asume que la satisfacción de las necesidades va a estar asegurada instantáneamente, gracias a “la mano invisible” del mercado, que ordenará espontáneamente la voluntad de la oferta y la demanda de bienes y servicios. De esta manera, el orden económico (y por tanto social para el pensamiento formal) va a emerger como un efecto indirecto del libre accionar del mercado (Hinkelammert y Mora Jiménez, 2009).

Desde la perspectiva de la Economía Social, entonces, la *“Economía es el sistema de procesos de producción, distribución, circulación y consumo que, a través de principios, instituciones y prácticas, en cada momento histórico organizan las comunidades y sociedades para obtener las bases materiales de resolución de las necesidades y deseos legítimos de todos sus miembros, actuales y de futuras generaciones, de modo de permitir la reproducción y desarrollo de la vida, sosteniendo los equilibrios psíquicos, interpersonales, entre comunidades y con la naturaleza (Vivir Bien o Buen Vivir)”* (Coraggio, 2011:345). Tal definición se sustenta en un principio ético objetivo contundente: la reproducción de la vida (Dussel, 2014; Hinkelammert y Mora Jiménez, 2009) o reproducción ampliada de la vida (Coraggio, 2011), cuyo sentido tiene implicancias materiales y objetivas concretas para la organización de los sistemas socio-económicos.

2.4. LAS RELACIONES DE INTERCAMBIO DE LA AGRICULTURA FAMILIAR Y SUS FORMAS ALTERNATIVAS DE COMERCIALIZACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA DE ECONOMÍA SOCIAL.

Bajo estos términos, consideramos que la interpretación de las prácticas de la Agricultura Familiar desde la perspectiva de la economía formal, resultan insuficientes para abordar la realidad de un sujeto social cuyas características intrínsecas no se reduce al individuo racional que busca “maximizar su ganancia”. Si bien no es nuestra intención entrar en ese debate, mencionaremos que existen discusiones históricas entorno al concepto y el rol del campesinado en el sistema capitalista⁹. Así como también existen diferentes interpretaciones y discusiones en torno a la definición de la

⁹ Es un debate clásico dentro de la economía y la sociología rural entre representantes del populismo ruso y del marxismo ortodoxo que frente a la crisis de la agricultura europea de fines de siglo XIX se plantean el interrogante acerca de la continuidad de las unidades campesinas bajo un nuevo orden social. El principal referente de la primer corriente es Alexandre Chayanov, en base a su teoría de la unidad económica campesina presentada en 1925. Mientras que en el segundo caso, es el mismo Marx, Lennin y Kaustky quienes interpretan que el proceso de proletarianización del campesinado es inevitable a medida que la lógica capitalista se introduce en los sistemas productivos. Para más, ver: (Archetti y Stölen, 1975; de Zaldívar, 1993; Manzanal y González, 2010; Sahda y Erbetta, 2007; Schiavoni, 1995; Soverna et al., 2008)

Agricultura familiar¹⁰ en tanto categoría política (para las políticas públicas), sujeto político, clase social, etc., que además tiene otros significantes como antecedente de acuerdo al interés y el énfasis dado en sus caracteres (pequeños productores, minifundistas, pobres rurales, farmers, colonos, etc.)

En términos generales, los autores que problematizan el concepto coinciden en apuntar una definición a partir de la vinculación de los sujetos sociales con los factores de la producción. Es decir, la Agricultura Familiar se caracteriza por: la presencia preponderante de trabajo familiar para el empleo productivo de la tierra, pudiendo haber empleo de mano de obra asalariada pero generalmente en forma temporal; acceso limitado y/o precariedad en la tenencia de la tierra; limitaciones en el acceso a los bienes de capital –reducida o nula posibilidad de acumulación de capital-; y, una relación subordinada y parcial con los mercados de productos y trabajo.(Barril García y Almada Chavez, 2007). En todos los casos se reconoce que se trata de sujeto heterogéneo cuya definición como categoría teórica está en permanente negociación (Schiavoni, 2010).¹¹

Desde la perspectiva de Economía Social, la AF hace parte de la Economía popular en el marco de una Economía Mixta. Como unidad funcional, la AF puede ser comprendida a partir del concepto de UD (Coraggio, 2011), en tanto grupo social que garantiza la reproducción actual y futura de sus miembros –incluyendo la extensión de

¹⁰ Según Manzanal y González (2010), el concepto de Agricultura Familiar comienza a utilizarse en el ámbito público a partir de las reuniones del MERCOSUR, donde se plantea la creación de un grupo ad hoc para la formulación de políticas específicas. Sin embargo, los autores también reconocen que el término ya tenía difusión académica, social y política a mediados de la década de 1990 en Brasil.

¹¹ Por ejemplo, frente a la declaración del “Año internacional de la AF” en 2014 por la FAO, organizaciones internacionales como la Vía Campesina se posicionaron argumentando: *“El término “agricultura familiar” es muy amplio y puede incluir casi cualquier modelo o forma de agricultura cuyos dueños directos no sean corporaciones o inversores. Incluye a pequeños y grandes productores (con granjas de miles de hectáreas), e incluye también a pequeños productores que dependen totalmente del sector privado a través de la agricultura por contrato u otras formas de explotación económica. Eso se promueve entre otros bajo conceptos como “La cadena de valor”. Es por eso que La Vía Campesina defiende la Agricultura Familiar pero Campesina y agroecológica, en oposición a la agricultura a gran escala, industrial y tóxica del agronegocio que expulsa campesinos y acapara tierras en todo el mundo.”*(Comunicado de Prensa La Vía Campesina, publicado el 25/06/2014 en su página oficial: <http://www.viacampesina.org/es/index.php/temas-principales-mainmenu-27/soberanalimentary-comercio-mainmenu-38/2190-posicionamiento-de-la-via-campesina-en-el-ano-internacional-de-la-agricultura-familiar-2014>).

vínculos solidarios y/o diversas formas de organización popular- a partir del esfuerzo mancomunado en la obtención y distribución de las condiciones materiales de vida, en base a diversas calidades de trabajo (mercantil y no mercantil), que en este caso está principalmente- aunque no de forma unívoca- vinculado a la transformación primaria del medio natural. A ello agregamos, la dimensión cultural que recupera el FONAF¹² al considerar a la AF como una “*forma de vida*” (FONAF, 2007: 9) que expresa modos particulares de interrelación.

A partir de esto y retomando las preguntas que nos hacemos al comienzo del apartado anterior, consideramos que:

- a) La Economía Social pone en discusión la reducción del contenido de “lo económico” del que hace parte la economía formal, proponiendo pensar: que el sentido de “lo económico” es garantizar el sustento del ser humano; que las motivaciones de la acción de los sujetos puede ser explicada por diversos elementos (que incluyen el reconocimiento del otro, la supervivencia, las relaciones de poder, etc); que el orden social no estará dado automáticamente por el mecanismo de mercado ni de precios; que las relaciones sociales no se limitan a relaciones mercantiles; que las relaciones de intercambio mercantil tienen un origen histórico concreto; y que la economía no está desvinculada de principios éticos objetivos.
- b) Nos encontramos frente a un sujeto social particular –la AF- que requiere de un abordaje teórico holístico, para comprender en su contexto, sus prácticas de intercambio, racionalidades, formas de organización y de intervención.

¹² El Foro Nacional de Agricultura Familiar se constituyó como una instancia de diálogo entre el sector público y las organizaciones sociales de la AF de todo el país, en representación de las diversas demandas y reivindicaciones territoriales. Luego de su creación en 2006, en el 2011 se consolida como Federación nucleando a más de 900 organizaciones.

- c) Plantear el análisis de un caso vinculado a la Agricultura Familiar desde la perspectiva de la Economía Social, tiene implicancias en las acciones que se promuevan desde esfera pública estatal en tanto alteran, modifican, intervienen sobre sus lógicas particulares.

2.5. LA ECONOMÍA COMO PROCESO DE INSTITUCIONALIZACIÓN DE PRÁCTICAS Y PRINCIPIOS.

Al presentar a la economía “*como un proceso institucionalizado*” nos referimos a que ésta es comprendida en términos dinámicos, de movimiento, de circulación, tanto de elementos materiales (a través del transporte) como de sus poseedores (las transacciones de los bienes). Sin embargo, dichos procesos no son azarosos sino que se presentan “*institucionalizados*” en la medida en que existen pautas que explícita o implícitamente rigen y guían el comportamiento de los actores, quienes van reafirmando esa institucionalidad pero también instituyen nuevas formas de pautar las prácticas a partir de la práctica misma. Es decir, lejos de pensar a la institucionalidad como una estructura rígida y monótona, se rescata también en este aspecto el carácter dinámico de los acuerdos y pautas sociales. Las instituciones económicas en su caso, referirán entonces a las normas o pautas que guían las prácticas económicas de los agentes, actores y sujetos (Coraggio, 2011). En algunos casos, dichas pautas de comportamiento pueden adoptar formas concretas como organizaciones (empresas de capital, cooperativas, empresas privadas, etc.). Según el autor “*tales instituciones constituyen una mediación entre los principios de organización de la economía y las prácticas*” que reflejan relaciones económicas recurrentes entre el hombre y la naturaleza. Aún así, “*la relación entre instituciones y prácticas no es a-histórica ni siempre se desarrolla en la misma dirección. Un proyecto de transformación de la realidad social puede presentarse como una propuesta de instituciones que se imponen o se tratan de imponer por leyes (la*

planificación estatal en el socialismo real, restricciones a la propiedad privada en cualquier sistema moderno), o bien puede ser un intento de reconocer prácticas que el sistema institucional formal negaba.” (Coraggio, 2011: 358). Principios e instituciones, son para el autor, condicionantes, o estructuras objetivas, culturales, que orientan las acciones más allá de la conciencia de los participantes.

En esos términos, Coraggio (2011), siguiendo a Dussel (2009), propone considerar a los principios como los *“patrones objetivados (institucionalizados) de relacionamiento social, discernibles mediante la investigación empírica, que emergen de procesos históricos y se explican por los requerimientos de reproducción de las sociedades o comunidades, manifestadas en tabúes, la religión o la magia, o en el sentido común legitimador de un sistema social”* (Coraggio, 2011: 350). Tales principios, según el autor, son los que ordenan las prácticas (a las prácticas sociales en general y a las prácticas socio-económicas en particular), de los agentes, actores y sujetos de la Economía Social.

En tanto el sustento del hombre *“no está garantizado naturalmente, ni existen procesos automatizados que lo aseguren, es nada menos que la orientación del proceso económico general y sus formas institucionalizadas lo que genera los medios y mecanismos de su resolución para la totalidad de la población”*. (Arancibia, 2013: 38).

En el marco de nuestra investigación, estos elementos nos permiten comprender las prácticas e instituciones desarrolladas por la Agricultura Familiar para garantizar su sustento. Pero también dar cuenta de que esas prácticas pueden ser tensionadas por la acción estatal -a partir del análisis de la intervención que intentamos presentar- en tanto estas últimas son portadoras de una lógica propia (evidenciada también en sus prácticas, instituciones y principios). Es esa instancia de “interfase”, de diálogo, contradicción o traducción de lógicas lo que despierta el interés de nuestra investigación.

2.6. NIVELES DE ABSTRACCIÓN Y DE ALCANCE DE LOS PRINCIPIOS, PRÁCTICAS E INSTITUCIONES, Y SUS IMPLICANCIAS PARA UN PROYECTO DE “OTRA ECONOMÍA”.

Plantear un esquema de principios, instituciones y prácticas, implica también diferenciar analíticamente distintos niveles de abstracción y de alcance. Así pues, mientras “las prácticas” prevalecen en un nivel micro socioeconómico, ligado a las disposiciones de los agentes, actores y sujetos, como praxis concreta; las instituciones se juegan en un nivel meso socioeconómico, es decir, en la objetivación e internalización de la interrelación de prácticas recurrentes y legitimadas por una comunidad que a su vez están históricamente determinadas y situadas. En este nivel, Coraggio (2011) reconoce tres sectores ideales que institucionalizan prácticas y principios singulares conformando lo que él llama un sistema de Economía Mixta. Nos referimos brevemente a: (i) el sector empresarial capitalista, orientado por la acumulación privada de capital; (ii) el de la economía popular, orientado por la reproducción de las vidas de los miembros de las unidades domésticas, grupo y comunidades particulares (tal sería el caso, por ejemplo, de las ferias de la agricultura familiar y mercados solidarios) y (iii) el de la economía pública, orientado por una combinación de necesidades sistémicas, muchas veces en contradicción (el bien común, la legitimación estratégica de un sistema injusto, la gobernabilidad que requiere el capital para funcionar).

Finalmente, en términos de principios (y particularmente de principios económicos) implica pensar y actuar desde un nivel sistémico, hacia “otro sistema económico”, hacia “Otra Economía” (Coraggio, 2013). En ese sentido, Dussel (2014) plantea la necesidad de formular e identificar criterios, postulados y principios normativos a partir de las alternativas hoy realmente presentes en términos de un programa transicional desde un sistema no-equivalencial, como es el sistema capitalista actual, hacia otro donde se

recupere el sentido de lo común, de la apropiación y distribución común de las cuestiones sociales, económicas, políticas, ambientales, etc.¹³.

En ese sentido, la experiencia de las Ferias de la Agricultura Familiar se presenta como esas “alternativas realmente presentes” frente a la economía de mercado, a partir de las cuales es posible pensar una transformación de los criterios de organización social, ya sea desde la iniciativa popular como estatal. Pues estas experiencias disputan en el nivel meso socioeconómico el sentido de esa “tendencia empírica intrínseca del propio mercado” a alcanzar el equilibrio. Siguiendo a Dussel (2014) es esperable que para transitar hacia “Otra Economía”, el equilibrio emerja de la praxis y de decisiones económico-políticas conscientes y responsables que se propongan instaurar dicho equilibrio, incluyendo una *“intervención reguladora prudente, mínima y necesaria gracias a la participación y a la representación democrática dentro de las instituciones del Estado”* (Dussel, 2014: 14). La experiencia del Mercado Concentrador Zonal, podría aportar en ese camino, algunos elementos para reflexionar sobre la factibilidad de la propuesta.

2.7. LOS PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN SOCIAL DE LA ECONOMÍA: LA IMBRICACIÓN DE “LO ECONÓMICO” EN “LO SOCIAL”.

A partir de la obra de Karl Polanyi¹⁴, Coraggio (2011) va a proponer, un sistema de principios normativos de organización de la economía, que abarca a todas las esferas del sistema económico (producción, distribución, circulación, coordinación y consumo), organizados a partir de una formulación ética principal: una *“ética de la reproducción*

¹³Al igual que otros autores (Samir Amin, Wallrestan, etc.) hace hincapié en los límites materiales que el crecimiento de las ciudades y la concentración de la población en centros urbanos junto con los efectos ambientales de pérdida de biodiversidad, contaminación, calentamiento global, etc. Como condiciones particulares e insalvables de la crisis capitalista.

¹⁴Polanyi(2011) centra su análisis en la esfera de la circulación, donde los principales principios como formas de integración humana son: la reciprocidad, la redistribución y el intercambio, pues su intención es poner en evidencia que la economía de mercado es parte de un proceso históricamente situado que se profundiza luego de la “gran transformación” social que identifica a mediados de siglo XX . En otra de sus obras, Polanyi va a agregar al principio de autarquía, sobre el que Coraggio también va a retomar.

ampliada de la vida (buen vivir), o ética de la responsabilidad (libertad positiva, solidaridad)” (Coraggio, 2011).

En el siguiente cuadro presentamos los principios de organización que intentaremos aplicar a nuestra investigación, a partir de una adaptación propia de los principios elaborados por Coraggio(20011). Éstos son: Principio de Producción Social, de Circulación y de Coordinación de una Economía Compleja.¹⁵

¹⁵ Para ver el listado completo de Principios de acuerdo a las distintas instancias del momento económico, Ver en Anexo, Tabla 10: Principios de organización social de la Economía (adaptado de Coraggio, 2011). En línea con la idea de Polanyi hemos incluido al Principio de Redistribución en la esfera de la Circulación, a diferencia del cuadro original elaborado por Coraggio, donde esta se presenta como una instancia separada.

Tabla 1: Principios de Producción Social, Circulación y Coordinación de una economía compleja.¹⁶

PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN SOCIAL DE LA ECONOMÍA.			
Principios de PRODUCCIÓN SOCIAL	Principios de Posesión y uso de los medios y otras condiciones de la producción	Principio de posesión por los trabajadores. (de forma individual o colectiva, por ej: El Ayllu).	Principio de producción para el autoconsumo o del hogar (oikos).
			Producción mercantil simple en condiciones de producción autogestivas.
		Principio de separación de los trabajadores y los medios/condiciones de producción (régimen capitalista, socialismo centralizado, o, régimen servil).	
Principios de CIRCULACIÓN	Principios de REDISTRIBUCIÓN: Presupone la existencia de un centro distribuidor que distribuye lo que previamente había recibido de los miembros individuales o unidades familiares que la integran. Su sentido es mantener la cohesión evitando la diferenciación social.		
	Principios de RECIPROCIDAD. Basado en la lógica del don-contradon	Principio de solidaridad simétrica: Acción colectiva que establece un vínculo de igualdad entre los actores.	
		Principio de solidaridad filantrópica: Basada en el altruismo individual, no supone un contradon	
	Principios de INTERCAMBIO: Refiere al intercambio de bienes y servicios a través de un sistema de equivalentes.	Principio de Mercado: Como principio de intercambio orientado por la ganancia. Se produce sistemáticamente para la venta.	
		Principio de Comercio (a tasas fijas, dispuestas más allá de las decisiones de los participantes): Refiere a los sistemas administrados de intercambio, donde las instituciones que garantizan tal intercambio se orientan por un objetivo de integración social.	
	Principios de COORDINACIÓN DE UNA ECONOMÍA COMPLEJA	Principio de Planificación y Regulación Colectiva. Refiere a la gestión central legitimada democráticamente o la gestión directamente participativa entre grupos de actores económicos. Como forma de integración implica acuerdos sociales relativos a la producción, distribución, circulación y consumo de las diversas formas de riqueza en un sistema de división complejo de social del trabajo.	
Principio de Mercado Autorregulado. Refiere a un proceso doble de individuación-fragmentación de los campos sociales como unidades autónomas y la subsunción de los distintos campos sociales al campo económico (en un sentido estricto).			

¹⁶ Elaboración propia en base a Coraggio (2011).

A lo largo de nuestro trabajo, trabajaremos sobre ciertas dimensiones de los “Principios de Coordinación, Producción y Circulación” y sobre cómo estos organizan y están presentes en las prácticas e instituciones de las Ferias de la Agricultura Familiar y particularmente del Mercado Concentrador Zonal de Posadas. Intentaremos reconocer prácticas e instituciones que rompen con la lógica mercantil del “mercado autoregulado” pero también “continuidades” con el sistema de mercado. A continuación profundizaremos sobre estos tres principios en particular.

~ LOS PRINCIPIOS DE COORDINACIÓN, PRODUCCIÓN SOCIAL Y CIRCULACIÓN COMO MODELOS DE INTEGRACIÓN SOCIAL.

PRINCIPIO DE COORDINACIÓN DE UNA ECONOMÍA COMPLEJA.

Coraggio (2009; 2011) refiere al principio de coordinación como a la constelación de acuerdos sociales que organizan la producción, distribución, circulación y consumo, que propician diferentes grados de integración social a los sistemas económicos complejos. Dado el grado de desarrollo de la división social del trabajo en las sociedades modernas actuales la coordinación de las distintas instancias del momento económico resulta necesaria. Aun así, frente a la propuesta neoliberal de “mercado total” o mercado autorregulado, donde el orden social estaría dado por criterios económicos (en sentido crematístico), o, por estructuras centralizadas, como en el sistema soviético, cabe lugar allí a lo que Coraggio (2009), siguiendo también la vida política de Polanyi, identifica como “principio de planificación y regulación colectiva” ya sea a través de una gestión central legitimada democráticamente o de la gestión directamente participativa entre grupos de actores económicos. En ese caso, la virtud de la aplicación de un principio de planificación, sería la de contar con la posibilidad de prever y remendar las condiciones emergentes generadas sin intención por la acción colectiva así como los efectos indirectos, que pueden perjudicar la integración y viabilidad de los grupos sociales (Coraggio, 2009).

Para nuestro caso, tanto las ferias francas como el Mercado Concentrador representan iniciativas puntuales que desde su limitación local y comunitaria, plantean estructuras de coordinación de ciertos aspectos de la actividad económica, y que por tal sentido despierta nuestro interés de análisis, si bien se insertan en una economía “de” mercado en la disputa por una economía “con” mercados (Coraggio, 2010). Pero además, al presentarse al MCZ como una instancia de comercialización directa para la AF, entendemos que existe un intento de institucionalizar prácticas propias de la AF – y sus ferias- a partir de un rol coordinador del proceso. Sin embargo, consideramos que el modo de institucionalización del principio de coordinación en cada caso, reflejará las características intrínsecas de un modo particular de gestión, de acuerdo a si se trata de una gestión centralizada (el MCZ) o más o menos participativa (las FFAF), es decir, de acuerdo a cómo se distribuyan las relaciones de poder hacia dentro de cada experiencia. Pero, por otro lado además, consideramos que desde nuestra concepción respecto del Estado y su relación con la sociedad, el modo de coordinación no puede verse desvinculado de las características de dicha relación. En nuestro caso, entendemos al Estado en su sentido ampliado, es decir, no limitado a ser *“una suerte de instrumento o conjunto de aparatos”* (Thwaites Rey, 2005: 1) sino expresión de las relaciones de dominación que existen en una sociedad (Hintze, 2013). Sin embargo, dicha dominación no sólo se asienta en los antagonismos de la base material del sistema de relaciones capitalistas sino que también refiere a la estructura de dominación a partir de la ideología, a la hegemonía cultural y al campo de lucha del sentido común. Por tanto, al referirnos al Estado hablamos de la conjunción del aparato político y la sociedad civil, y las relaciones de disputa que se suceden por el control hegemónico del discurso político. Desde esta perspectiva, el Estado no es algo externo a la sociedad o un elemento que emerge a posteriori, o un bloque monolítico, sino que en cada momento histórico

expresa diversas correlaciones de fuerzas, donde las disputas por la hegemonía se dan tanto desde su interior como por fuera (del aparato estatal). Para la Economía Social este punto es importante, puesto que no es posible pensar “otra economía” u “otra sociedad” si no se plantea también “otro Estado”. Sin embargo, como advierte Hintze (2013) partimos de Estados realmente existentes, en los cuales inevitablemente se confrontan diversas concepciones sobre el sentido y las orientaciones de las políticas para la Economía Social. En este sentido decimos que en las prácticas de coordinación que se adopten en las FFAF y en el MCZ inevitablemente estarán reflejando parte de esas disputas y contradicciones.

Bajo tal concepción de Estado y sociedad, adherimos a la definición de políticas públicas como la toma de posición del Estado frente a una determinada cuestión que intenta o dice intentar resolver. *“Una política estatal es esa toma de posición que intenta – o más precisamente, dice intentar- alguna forma de resolución de la cuestión. Por lo general, incluye decisiones de una o más organizaciones estatales, simultáneas o sucesivas a lo largo del tiempo, que constituyen el modo de intervención del Estado frente a la cuestión. De aquí que la toma de posición no tiene por qué ser unívoca, homogénea ni permanente. De hecho, suele ser todo lo contrario, (...)”* (O'Donnell y Oszlak, 1981: 112). En esos términos, la cuestiones sociales refieren a aquellas necesidades o demandas sociales que han sido socialmente problematizados, es decir, ya sea por la capacidad de los actores de poner el tema en agenda o por intereses individuales o corporativos de hacerlo, cuando se refiere a una cuestión, se refiere a una demanda que ha alcanzado reconocimiento social. (O'Donnell y Oszlak, 1981). Diferenciamos así, dos instancias del proceso de participación social en la formulación y gestión de políticas: la de *co-construcción* de políticas públicas como una instancia de

participación en el diseño y la de *co-producción*, como una instancia de participación en la implementación de la política (Monasterios y Srnec, 2010; Vaillancourt, 2011).

Para nuestro caso de estudio, consideramos que la experiencia del Mercado Concentrador Zonal, expresa la concreción desde la esfera estatal de problemáticas comunes a la AF, que tienen que ver con la adecuación de instituciones y prácticas acordes a la forma de socialización de la misma agricultura familiar, pero además, se presenta como una respuesta local a ciertas dimensiones de las crisis del capitalismo, que en la introducción identificamos como “cuestión agroalimentaria” y la “cuestión” de la crisis de reproducción de las unidades domésticas.

PRINCIPIO DE PRODUCCIÓN SOCIAL: EL PRINCIPIO DE PRODUCCIÓN PARA EL AUTOCONSUMO Y SU RELACIÓN CON LA SOBERANÍA ALIMENTARIA.

Dentro de los Principios de Producción Social encontramos aquellos que están vinculados a las condiciones en que se desarrolla la producción de bienes y servicios, considerando tanto las relaciones sociales entre las personas; entre las personas con los medios de producción; y el vínculo entre el ser humano con el entorno natural. Para nuestro análisis nos remitiremos al Principio de producción para autoconsumo o del hogar- y su patrón institucional, la autarquía- como una de las formas individuales o colectivas de los AF en el usufructo de los propios medios de producción. Dicho principio refiere a las tareas y condiciones que se generan en la unidad doméstica (la familia extendida, la comunidad, una organización, etc.) para el autosustento familiar y la reproducción social de sus miembros.

Según Polanyi, *“El tercer principio, llamado a desempeñar un gran papel en la historia y que llamaremos el principio del hogar, consiste en la producción para el autoconsumo propio (...) todos los sistemas económicos conocidos hasta el final del feudalismo en Europa occidental se organizaron de acuerdo con los principios de la reciprocidad o la redistribución o de la actividad hogareña, o alguna combinación de*

los tres” (Polanyi, 2011: 101). Si bien Polanyi no plantea la absolutización de este principio, sería equivalente a pensar en formas de organización autosuficientes, como comunidades que garantizan la reproducción total de sus miembros, de acuerdo a ciertas pautas e instituciones asegurando la integración social de la comunidad.

En un nivel microeconómico el principio de producción para el autoconsumo lo encontramos relacionado a los conceptos de unidad doméstica (UD) y fondo de trabajo (Coraggio, 2010). Es decir, consideramos que la reproducción social de las UD no sólo es garantizado por el trabajo mercantil sino también por el trabajo doméstico que genera, transforma y regenera diversas calidades de recursos para el sostén de la vida familiar o la comunidad (las tareas del hogar, la producción de alimentos para consumo propio e intercambio recíproco con familiares, vecinos, etc., la conserva y selección de semillas propias, la confección y mantenimiento de herramientas o máquinas, la autoconstrucción de la vivienda, los encuentros de trabajo solidario – mingas, ayutorios, pucherón - etc.).

En el caso de las ferias, la comercialización de productos de la huerta y granja, que especialmente ocupan el trabajo de la mujer, significan la valorización de ese trabajo doméstico con un carácter “alternativo” (Rodríguez et al., 2010) como valores de uso y valores de cambio. Nótese que decimos alternatividad y no “mercantilización”, puesto que los productos que se llevan a la feria, guardan estrecha relación con las capacidades del fondo de trabajo de la UD, antes que estar sujetos a las “condiciones de mercado” o “producirse para el mercado”.

Por otro lado, puesto que el principio de autarquía se desarrolla en combinación a los demás principios, su realización también se lleva a cabo en la extensión de las relaciones de proximidad intrafamiliares o intracomunidades a partir del intercambio, contribuyendo a la emergencia de lazos sociales extendidos y a la constitución del

autosustento o la autarquía como una cuestión colectiva. Es decir, no se plantea al principio de autarquía como soporte de comunidades aisladas, sino como principio de integración social. De hecho, frente a pronósticos opuestos, en la realidad de las economías populares latinoamericanas y de la AF en particular, una gran mayoría de las actividades de reproducción son aún garantizadas a través del trabajo doméstico y los lazos de solidaridad entre las UD. La reivindicación del rol de la AF como proveedora de alimentos apunta en este sentido a fortalecer los vínculos sociales en el territorio rural-urbano, hacia el auto-sustento colectivo.

Con esto queremos decir que consideramos que el principio de producción para el autoconsumo se realiza tanto a los niveles micro, como meso y macro socioeconómico.

De manera que al analizar mercados de la AF, como las ferias o una experiencia estatal como el MCZ, estamos analizando cómo se comporta y compromete el componente autárquico de los AF a partir del intercambio de alimentos. Es decir, cómo se ven afectadas tanto las capacidades materiales de autosustento como las formas primarias de sociabilidad, a partir del desarrollo del principio de intercambio como comercio o mercado autorregulado. En un nivel microeconómico ello lo asociamos a las condiciones materiales en que se desarrolla la UD, frente a la posibilidad de mercantilización de sus “productos” así como a la “uniformización” de la organización del trabajo familiar. Mientras que en un nivel meso-socioeconómico, nos interesamos por las implicancias de estas prácticas en la mercantilización de los alimentos y en forma más general del sistema agroalimentario.

Finalmente, decimos, que a pesar de la limitación a la esfera de la producción, consideramos que estas reflexiones abonan especialmente al campo de la Soberanía Alimentaria (SA) como aquel objetivo político y principio organizador del sistema agroalimentario que se orienta a la autarquía de los pueblos, y es reivindicado tanto

desde las ferias como desde el MCZ¹⁷. Es un fenómeno propio de la época moderna, que la restricción en el acceso a los alimentos se plantee como parte de la “cuestión agroalimentaria” – a consecuencia de la mercantilización (aunque parcial) de la tierra (o la vida) como advertía Polanyi. Por ello creemos que la reflexión en clave de las condiciones de autoproducción que recupera la SA está íntimamente ligada al sentido sustantivo de economía y aporta algunos elementos para comprender la incidencia de las políticas en las prácticas de la AF.

LOS PRINCIPIOS DE CIRCULACIÓN: RECIPROCIDAD, REDISTRIBUCIÓN E INTERCAMBIO.

Retomando las discusiones del comienzo, consideramos que la importancia del debate en torno al contenido de “lo económico” radica en la posibilidad de disputar el sentido común legitimado que genera un orden social donde las mayorías son explotadas cuando no excluidas e invisibilizadas no sólo en sus condiciones materiales sino en términos políticos, sociales, culturales, etc.

Para Polanyi (1976), los sistemas económicos históricos se especifican por el modo en que instituyen las formas de intercambio entre los hombres. A través de esa configuración, según el autor, es que las distintas sociedades resuelven la organización de la producción y distribución del producto social. Polanyi, reconoce pues tres principios de circulación, con sus respectivos patrones institucionales:

¹⁷ La propuesta de SA emerge de la acción política de la organización internacional Vía Campesina y es planteada por primera vez en forma paralela a la Cumbre Mundial de Alimentación de la FAO (Roma, 1996), como un término alternativo al de Seguridad Alimentaria, el cual era sugerido como criterio de política a los Estados miembros desde mediados de los años 70 frente a la problemática del hambre y la desnutrición en el mundo. Así, mientras que la Seguridad Alimentaria, se halla limitada a la posibilidad de abastecimiento (producción) y acceso de acuerdo al poder (monetario) de compra (por bajos precios) de los alimentos; la Soberanía Alimentaria pone en discusión la dimensión política y cultural de la producción, distribución, circulación y consumo de los mismos, para interpelar la organización del sistema agroalimentario pero también a la orientación de las políticas públicas. Por ello es que la SA es definida como “*el derecho de los pueblos a definir sus propias políticas y estrategias sustentables de producción, distribución y consumo de alimentos que garanticen el derecho a la alimentación para toda la población, con base sobre la pequeña y mediana producción, respetando sus propias culturas y la diversidad de los modos campesinos, pesqueros e indígenas de producción agropecuaria, de comercialización y de gestión de los espacios rurales*” (Windfuhr y Jonsén, 2005). Pero además, las organizaciones sociales enfatizan que la SA “*más que un concepto se trata de un principio y ética de vida, que no responde a una definición académica, sino que emerge de un proceso de construcción colectivo, participativo, popular y progresivo, (...)*” Caro (2013, p. 1).

a) El principio de reciprocidad, refiere a las relaciones sociales que se tejen entre las unidades domésticas. Desde el planteo de Polanyi (2011), dichas prácticas se institucionalizan bajo un patrón de simetría y horizontalidad en las condiciones de poder, estableciendo un tipo de solidaridad basado en el don-contradon (lo que Coraggio (2011) llama de “solidaridad simétrica”). Es decir, la obligación moral de los actores de devolver los “dones” recibidos, aunque ello no implique un intercambio de equivalentes. Pues el sentido de la construcción de estos lazos es sostener la integración social de los grupos o comunidades. Su importancia radica en la obligación moral individual de mantener el vínculo (y no estar supeditado o subordinado al accionar de otros, como sucede en relaciones de “solidaridad filantrópica”) pero además en que dan cuenta del grado de interdependencia que existe entre los actores de la sociedad – y con la naturaleza- para mantener cierto grado de armonía.

En el mismo sentido y a un nivel sistémico, Laville (2009) plantea que la propuesta de una economía que contrarreste el automatismo de la economía formal, debe basarse en la institucionalización de una “solidaridad democrática”, como condición para el desarrollo del potencial de autodeterminación de una sociedad.

b) El principio de redistribución, supone la emergencia de una cúspide – un rey, un emperador, un jefe, un dueño del oikos o de la casa- que se apropia los recursos y los redistribuye.

Al referirse al principio de redistribución, Polanyi va a demostrar cómo en virtud de tal principio se organiza también la vida económica y se garantiza la integración social de la comunidad: *“Descubrimos, por regla general, que el proceso de redistribución forma parte del régimen político prevaleciente, ya sea el de la tribu, la ciudad- Estado, el despotismo, o el feudalismo del ganado o de la tierra”*. (Polanyi, 2011: 101). Para Laville (2009), el sentido de fortalecer esta solidaridad redistributiva es la de consolidar

la capacidad de auto-organización de la sociedad. A decir del autor, “*Con la reactualización de la economía solidaria no se trata de reemplazar al Estado por la sociedad civil sino de combinar la solidaridad redistributiva con una solidaridad de mayor reciprocidad, para consolidar la capacidad de autoorganización de la sociedad.*” (Laville, 2009: 97). Pues, la solidaridad democrática en la redistribución, es decir, en los vínculos con el Estado, también pone en juego el ejercicio de la libertad de los actores, y el sentido de la democracia en última instancia, en tanto y en cuanto, las acciones y omisiones políticas expresen, reconozcan u omitan las necesidades de los actores organizados. En ese sentido diferenciamos la redistribución como solidaridad redistributiva democrática de una “no” democrática, en tanto promuevan y/o posibiliten o no la autodeterminación de los agentes o su constitución como actores o sujetos políticos.

c) El principio de intercambio. Según Polanyi (2011) la especificidad del intercambio refiere a las relaciones sociales y los acuerdos institucionales que se establecen conforme la necesidad de acceder a ciertos bienes externos a la comunidad. Como acto de intercambio supone la intervención de cuatro elementos: los bienes, el transporte, las personas y la bilateralidad (Polanyi et al., 2012),. Es decir, el acceso a bienes que no están disponibles en una comunidad requiere de la vinculación con grupos sociales externos a ella (a través de diferentes arreglos institucionales) involucrando condiciones específicas en torno al transporte y la unilateralidad o bilateralidad de los acuerdos.

De acuerdo a Polanyi (2012) se puede diferenciar al intercambio de regalos, del comercio administrado y del mercado autorregulado. El intercambio de regalos, por su parte, se solía dar en las comunidades tribales, donde la bilateralidad estaba dada en la relación recíproca (de don-contradon) entre las tribus, y los intercambios se basaban en

bienes suntuarios. Tales prácticas se hallaban cargadas de elementos rituales y ceremoniales, porque el sentido de su existencia estaba dado por el interés mutuo de mantener la paz entre los clanes.

Por otro lado, el **comercio administrado** o sujeto a costumbres, refiere a aquellas prácticas de intercambio bajo las cuales los agentes permanecen integrados a su núcleo social (Coraggio, 2009). Según Polanyi (1976), el comercio administrado ha estado históricamente vinculado a razones de “status social” antes que a motivos lucrativos, en tanto las actividades comerciales estaban claramente diferenciadas y separadas de acuerdo a los bienes que se intercambiaban, el status social al que pertenecían los “agentes comerciales”, la distancia geográfica (que explicaba el tipo de intercambio: comercio local e internacional), los canales de comercialización y los arreglos institucionales para tal fin. Así también el autor rebate la idea del rol de los precios como mecanismo de coordinación del intercambio, al argumentar que este tipo de transacciones históricamente se han realizado a partir de equivalencias fijas, *“pero dado que no puede evitarse que se presenten ajustes en circunstancias cambiantes, el regateo sólo se practica en artículos distintos del precio, como las medidas, la calidad o los medios de pago”* (Polanyi, 1976: 171) Su intención era dar cuenta de la falsedad de dos supuestos de la teoría ortodoxa: primero, que el comercio es una consecución lógica derivada de la división social del trabajo y la propensión natural del hombre a intercambiar –sino una división social originada en la ubicación geográfica diferencial de los bienes–; segundo, que el origen del mercado (como comercio de mercado o mercado autorregulado), no es parte de una secuencia histórica de la expansión del comercio sino un proceso independiente (Polanyi, 2011) Más aún, el autor va a relacionar el principio de intercambio por el comercio al principio de administración doméstica o de producción para el autoconsumo. Es decir, a diferencia de la concepción

formal, donde el sentido del intercambio es dado por el interés individual de generar un excedente, en una economía sustantiva, éste se configura como parte de los objetivos de reproducción de las UD.

En tercer término, el intercambio como **mercado autorregulado** en cambio, refiere a un sistema en que existe una fuerte tendencia a absolutizar el intercambio como principio egocéntrico (trocar para ganar, ganar para acumular). En él la motivación de la acción de los miembros de la sociedad queda reducida a una racionalidad especulativa orientada por el afán de ganancia y todas las transacciones tienen una base monetaria. La diferenciación entre los grupos, personas, sus necesidades, intereses, identidades, etc. desaparecen frente al mecanismo de precios, que a modo de indicador sistematiza prioridades de acción. Así, el proceso de producción, distribución, circulación, consumo se monta en una cadena de reproducción infinita, que se desvincula de toda base material, natural, social y que como proceso de individuación reduce a las personas a meros poseedores-consumidores que no tienen capacidad de hacerse responsables por las consecuencias de sus acciones sobre otros o sobre la naturaleza. (Coraggio, 2009).

“La autorregulación implica que toda la producción está destinada a la venta en el mercado y que todos los ingresos provienen de ella. Existen, en consecuencia, mercados para todos los elementos de la industria, no sólo para los bienes (entre los que figuran siempre los servicios), sino también para el trabajo, la tierra y el dinero (...)” (Polanyi, 2011: 119). Bajo el patrón institucional del mercado, no hay lugar para la lógica de la administración doméstica, porque se tiende a mercantilizar todas las instancias de la producción, distribución y consumo.

Sin embargo, tampoco es cierto que la sociedad se reproduzca en y por el principio de intercambio mercantil, como un proceso de autocoherencia (Caillé, 2009) sino, como plantea Coraggio (2009), se podría hablar de tendencias de mercantilización, como

fenómenos no acabados y por tanto impredecibles. Pues porque además, como sostenía Polanyi (1976), ni los modos de producción ni los principios de integración tienen un sentido lógico de aparición y evolución, sino que son dirimidos a través de las mismas luchas sociales en torno a los sentidos y las formas de organizar “lo económico”.

En ese sentido, el desafío de la Economía Social es la construcción de lazos sociales en las relaciones de intercambio que prioricen la equidad de las personas, los vínculos democráticos y las formas de producción y consumo que respeten las condiciones naturales. En el marco de un sistema hegemónico mercadocéntrico, se trata de una disputa ideológica, cultural, social y política, hacia la institucionalización de formas alternativas de resolver las necesidades sociales. Según Coraggio (2009) , tal proceso podrá no tener un sujeto histórico como referente, es decir, basarse en las prácticas recurrentes; o, tenerlo (un sujeto múltiple, diverso, complejo y aún contradictorio) que conduzca a cambiar la jerarquización de los principios de institucionalización sin salirse del modo de producción capitalista, o que podría inducir un cambio societal más profundo.

En esa tarea, la reinención de las formas de intercambio hacia sistemas que contemplen la integración social de sus miembros, su intervención libre (como una fuente potencial de creatividad) y un mayor control sobre los efectos indeseados de las acciones individuales, consideramos que es parte de lo que rescatan Plasencia y Orzi (2007) al ‘proponer el concepto de “mercados solidarios”. Éstos van a sostener, siguiendo a Melo de Lisboa (2004), que existen mercados que contienen características que los hacen “solidarios”, es decir, como: *“Aquellos en que sus participantes (compradores, vendedores, productores, usuarios, reguladores, legisladores, promotores, etc.) 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. Estas consideraciones morales persiguen el objetivo general de permitir el desarrollo de las capacidades e iniciativas humanas asegurando - a la vez- la reproducción de la vida de todos.” (Plasencia y Orzi, 2007: 29). Es decir, se trata de un mercado donde, si bien su objetivo es la reproducción ampliada de la vida, conviven en él prácticas de cooperación y competencia, como elementos opuestos complementarios. Las relaciones de intercambio, revisten así un sentido material y simbólico, en tanto no se rigen únicamente por los precios, sino que construyen lazos sociales donde se intercambian saberes, se participa de subjetividades comunes, se generan prácticas solidarias, etc.

En nuestro caso, a pesar de que la AF se encuentra inscripta en el marco de las relaciones mercantiles del sistema de mercado, su reproducción social se sostiene sustancialmente en las relaciones de reciprocidad, redistribución e intercambio (bajo sus diversas expresiones). Así, las ferias y el MCZ, como mercados sujetos a pautas diversas, se desenvuelven tanto en vinculación con el mercado hegemónico como a partir de “otras” prácticas y principios de organización social. En términos metodológicos, ello significa que nuestra investigación, no se interesa tanto por diferenciar a las ferias y al MCZ del sistema de mercado, sino en captar las particularidades de dos modos distintos de coordinación -de ciertos aspectos- de la economía y sus resignificaciones. Por ello es que no hemos incluido al “Principio de intercambio” como una dimensión de análisis en sí misma, sino como el marco epistemológico sobre la concepción del comercio y mercado del que partimos.

De esta manera, el mercado se encuentra regulado por prácticas y valores solidarios, que en el marco de una economía competitiva fortalece a los actores sociales que participan frente a las amenazas de desintegración social. Aun así, los autores aclaran que éstos no

están exentos de conflictos y contradicciones. Pues, suelen aparecer situaciones de conflicto en la competencia entre los emprendimientos-emprendedores, así como ciertos comportamientos que mercantilizan las necesidades (y despolitizan el consumo) detrás de marcas, etiquetas, diseños, etc. que aparecen al margen de las consideraciones éticas aún presentes vinculadas a cuestiones sociales, ambientales o políticas. Así como también se enfrentan a la contradicción del vínculo con el mercado tradicional competitivo (por medio de la compra de insumos, del consumo doméstico, etc.) que dificulta muchas veces el sostenimiento de parámetros solidarios.

Conscientes de la tendencia a la exclusión del mercado tradicional, los autores sostienen la importancia del control social para garantizar mecanismos de integración. Ello requiere la participación activa tanto de los productores como de los consumidores, en un intercambio con redes sociales más amplias a modo de un verdadero tejido social que comparta las prácticas y principios del colectivo. Se trata de construir relaciones horizontales de participación que garanticen el funcionamiento del mercado de acuerdo a los principios de solidaridad que se sostienen. En este sentido, la generación de estructuras decisorias burocratizadas o la delegación de decisiones en ciertos líderes o aún más, la representación fiduciaria a través del Estado pueden debilitar el sentido social y solidario del mercado en tanto puede comprometer la autonomía de sus actores.(Plasencia y Orzi, 2007).

Esta diferenciación en torno al principio de intercambio institucionalizado en el comercio (como mercado regulado o mercado solidario) y el mercado autorregulado, es lo que nos permite identificar en las prácticas recurrentes de las Ferias de la Agricultura Familiar en términos generales y del Mercado Concentrador en particular, rasgos o elementos que ponen en discusión los principios que las orientan

2.8. DIMENSIONES Y VARIABLES DE ANÁLISIS.

Para finalizar este capítulo proponemos algunas definiciones operacionales sobre los principios planteados en el cuadro teórico-metodológico de la página siguiente (Tabla 2).

Así, en relación al principio de Coordinación de una Economía Compleja abordamos las prácticas e instituciones que hacen a la “Planificación y regulación colectiva”, diferenciando aquellas provenientes de una “gestión centralizada legitimada democráticamente” de aquellas que se originan en la “gestión directamente participativa entre grupos de actores económicos”.

Luego, en relación al principio de Producción Social nos referimos a las prácticas e instituciones que hacen a la reproducción ampliada de la Agricultura Familiar a partir del principio de producción para el autoconsumo y su vínculo con la Soberanía Alimentaria.

Finalmente, dentro del Principio de Circulación nos interesamos por las prácticas e instituciones que responden al principio de “Reciprocidad” (donde identificamos prácticas que reproducen una solidaridad simétrica de otra filantrópica) y al principio de “Redistribución” (diferenciando prácticas “democráticas o democratizantes” de las “no democratizantes”).

Tabla 2: Dimensiones y variables de análisis. Los principios de coordinación, producción social y circulación.¹⁸

Dimensiones	Variables de análisis y sus definiciones operacionales.	
Principio de Coordinación.	Prácticas e instituciones de la gestión central legitimada democráticamente	Prácticas que intervienen en la organización de la producción, circulación (como intercambio) y el consumo de alimentos, a partir de una gestión centralizada, en niveles micro y meso-socioeconómicos.
	Prácticas e instituciones de la gestión directamente participativa entre grupos de actores económicos	Prácticas que intervienen en la organización de la producción, circulación (como intercambio) y el consumo de alimentos, a partir de la gestión popular organizada, en niveles micro y meso-socioeconómicos.
Principio de Producción Social	Prácticas e instituciones para la reproducción ampliada de la AF. Autarquía.	Prácticas que intervienen en la organización de la producción, circulación (como intercambio) y el consumo de alimentos, en la medida en que intervienen en la des/mercantilización de los productos y el trabajo de la Agricultura Familiar, que en un nivel micro afectan a la autarquía individual, y en un nivel meso a la autarquía colectiva - entendida a través del concepto de Soberanía Alimentaria-.
Principio de Circulación.	Reciprocidad: Prácticas e instituciones de solidaridad simétrica	Prácticas que implican la circulación de bienes a partir de relaciones simétricas entre los actores, a niveles micro y meso socioeconómicos.
	Reciprocidad: Prácticas e instituciones de solidaridad filantrópica.	Prácticas que implican la circulación de bienes a partir de vínculos asimétricos que limitan la libertad de los actores, a niveles micro y meso socioeconómicos.
	Redistribución. Solidaridad Redistributiva no democratizante.	Prácticas que implican la distribución de recursos desde un "centro" distribuidor legitimado que no favorece relaciones sociales simétricas entre los actores y afecta su autonomía. Es decir, que institucionaliza prácticas solidarias "no democratizantes".
	Redistribución. Solidaridad redistributiva democrática:	Prácticas que implican la distribución de recursos desde un "centro" distribuidor legitimado que permite establecer vínculos simétricos entre los actores y desarrollar su autonomía. Es decir, que institucionaliza prácticas solidarias "democratizantes".

¹⁸ Elaboración propia.

2.9. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO.

En este segundo capítulo intentamos reconstruir el marco de análisis desde el cual nos interesa analizar las prácticas de las ferias y el Mercado Concentrador Zonal de Posadas. Partimos de la fundamentación y del reconocimiento de la ineficacia de la teoría económica formal para comprender a los procesos económicos como procesos institucionalizados orientados a garantizar el sustento del ser humano, en tanto recae en una mirada cataláctica de “lo económico”. La Economía Social aparece entonces como un marco epistemológico, pero también como un proyecto político hacia la construcción de “Otra Economía”.

Así, la interpretación de las prácticas y principios presentes en las ferias como un proceso dinámico de comportamientos recurrentes que integran diversas calidades de trabajo para resolver las necesidades de reproducción de la unidad doméstica, implica la posibilidad de que éstas sean reconocidas, legitimadas e institucionalizadas tanto en la estructura formal del MCZ, como en las políticas públicas más generales.

Por ello es que consideramos que esta perspectiva es compatible con la concepción de Estado y de políticas públicas que proponemos, en tanto es posible la disputa del sentido común sobre cómo hacer economía también desde el aparato estatal, no ya como un proceso imperceptible sino en franca disputa con formas hegemónicas.

Frente a la crisis agroalimentaria y de reproducción de las UD, ello podría formar parte de un proceso de institucionalización más amplio, el cual intentaría tanto consolidar a la figura de la AF como proveedora de alimentos, como a la Economía Social como marco epistemológico (y horizonte de acción) para organizar los procesos económicos bajo “otros” principios.

En ese sentido, y dada la limitación de esta investigación, analizar a las ferias y al MCZ a partir del Principio de Producción Social da lugar a reconocer prácticas que permiten

la reproducción de las UD, no sólo a partir del trabajo mercantil sino a la combinación de capacidades y esfuerzos del grupo doméstico. Y en un nivel meso, a comprender al intercambio como elemento sinérgico para garantizar la autarquía colectiva, y a la AF, en este caso, como un actor clave del proceso. Mientras que al indagar sobre el modo de coordinación de cada mercado, nos interesa analizar cómo se comprometen las relaciones de poder hacia dentro de cada experiencia, pero también de acuerdo al sentido político que adoptan las mismas frente al sistema agroalimentario general.

Finalmente, respecto de la reciprocidad, redistribución e intercambio, nos interesa analizarlas como diversos modos de institucionalización del intercambio, que establecen relaciones de mayor o menor asimetría entre los agentes, y contribuyen en mayor o menor medida a su constitución como sujetos políticos.

Es decir, el contrapunto entre la economía formal y la economía sustantiva- sobre la que se asienta la Economía Social-nos brindan elementos para registrar y reflexionar acerca del contenido emancipador de las prácticas, en tanto, como decía Laville (2009), podrían favorecer procesos de auto-organización social de la economía. Y por otro lado, nos permitiría reflexionar acerca del rol que podría jugar el Estado, en el fortalecimiento o la obstaculización de semejantes procesos, ya en su rol coordinador, redistribuidor y/o de facilitador de reciprocidades.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS DE CONTEXTO: EL SURGIMIENTO DE LAS FERIAS FRANCAS EN MISIONES Y POSADAS, LA CREACIÓN DEL MERCADO CONCENTRADOR ZONAL Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA AGRICULTURA FAMILIAR.

3.1. INTRODUCCIÓN.

El siguiente capítulo tiene por objetivo hacer una contextualización del surgimiento de las ferias francas en Misiones y una descripción sobre su difusión a lo largo de la provincia y el país. Así también, dar cuenta del contexto institucional en que surge el Mercado Concentrador Zonal tanto en términos de las políticas públicas provinciales como en el marco del rol que la Agricultura Familiar local busca ocupar en la producción y comercialización de alimentos. Sin agotar la cuestión, se hace una caracterización general de las políticas públicas provinciales durante las décadas del '90 y 2000 orientadas al desarrollo rural, haciendo hincapié en aquellas que afectaron las condiciones de comercialización de la AF.

Luego, se contextualizan los cambios institucionales nacionales en el ámbito de la región latinoamericana, a partir de los cuales la Agricultura Familiar gana centralidad en la agenda política pero no sólo como “beneficiario” de programas y políticas sino como actor político que disputa su lugar en la producción y comercialización de alimentos. Finalmente, se mencionan algunos cambios institucionales particulares a nivel nacional que también reflejan el rol ocupado por la AF en la agenda política local.

El sentido de la exposición, desde “lo local hacia lo nacional-regional” es dar cuenta de que el proceso de institucionalización de las ferias de la Agricultura Familiar (en sus prácticas y principios) en nuestro país parte del reconocimiento de actores y procesos ya presentes en los territorios. Mientras que las transformaciones políticas e institucionales

de mayor escala acompañan dichos procesos locales, por lo que decidimos respetar su sentido cronológico.

3.2. REFERENCIA HISTÓRICO-SOCIAL AGRARIA DE LA PROVINCIA DE MISIONES.

El territorio de Misiones ha atravesado diversos procesos de disputa territorial entre los intereses de poderes locales e internacionales. Luego de pertenecer al territorio paraguayo y de formar parte de la jurisdicción de la provincia de Corrientes, es recién a fines de siglo XIX (1881) que su dirección político institucional es asumida como parte del “Territorio Nacional”. Mientras que su constitución como provincia autónoma recién va a ocurrir a mediados del siglo XX (1953), dando cuenta del carácter reciente de sus instituciones y políticas públicas locales. Durante esos años también, se constituyó la matriz multiétnica de la provincia, fundamentalmente en base a las migraciones propiciadas por el gobierno nacional entre 1880 y 1940, y las migraciones espontáneas de residentes de países vecinos¹⁹. Los distintos planes de colonización que se sucedieron, oficiales y privados, generaron no solo una estructura social con una variedad étnica singular²⁰ sino que fueron definitorios sobre la estructura de tenencia de la tierra. Las mayores extensiones de tierras fueron adjudicadas a un pequeño grupo de compradores vinculados al poder militar correntino, mientras que las tierras “sobrantes” fueron distribuidas por el Estado Nacional en lotes no superiores a las 100 ha (normalmente de 25 ha.). Esta distribución de las parcelas propició un modelo de

¹⁹ Se trata, de hecho, de un “repoblamiento” porque las tierras misioneras hacían parte de la forma de vida de numerosas comunidades indígenas de la etnia mbya guaraní, que tras la conquista fueron sometidas y exterminadas por la cultura occidental. Actualmente existen 75 comunidades indígenas mbya guaraní en la provincia, que reúnen a más de 4000 personas.

²⁰ Indígenas, criollos, inmigrantes limítrofes y descendientes de inmigrantes europeo (alemanes, polacos, ucranianos, rusos, etc.) y japoneses. “*Empero es importante destacar que el Territorio de las Misiones y de Misiones como provincia no fue dibujado a mano alzada. El mismo fue disputado desde las esferas de la Nación y en connivencia con los gobiernos provinciales, frontera a frontera, mojón a mojón, picada a picada, en términos de territorio y de producción.*” (Gallero y Krautstorf, 2010).

producción familiar dedicado a los cultivos perennes, normalmente conocido como explotación colona²¹. (González Villar et al., 2004).

Por su parte, la estructura productiva de la provincia históricamente se caracterizó por el desarrollo de una producción primaria con un escaso proceso de transformación local. Luego de un largo período basado en la actividad extractiva de bosques y yerbales nativos- que abarca desde principios de siglo XVIII hasta principios de siglo XIX-, la provincia delineó su perfil productivo en torno a unos pocos cultivos industriales destinados al mercado local e internacional: yerba mate, tabaco, tung, té y madera (y algunos derivados), principalmente (Freaza, 2002).²² Cada uno de ellos atravesó diferentes períodos de auge (por buenos precios internacionales y políticas nacionales de fomento) y depresión (de sobreproducción o competencia con la importación de los países vecinos), lo que favoreció un proceso gradual de diferenciación social y concentración económica.²³

Es así que durante los años 50/60', las revueltas y reivindicaciones de las organizaciones sociales agrarias daban cuenta de la situación crítica que atravesaban los colonos frente a las crisis cíclicas de los cultivos, la ausencia de políticas proteccionistas y el creciente poder monopsónico de las industrias acopiadoras y transformadoras. La profundización de aquella crisis es lo que da origen al Movimiento Agrario Misionero (MAM) como el referente provincial de las Ligas Agrarias del Nordeste, cuyas acciones inicialmente giraban en torno a la demanda de mejoramiento de las condiciones de

²¹ El concepto de colono es acuñado por Leopoldo Bartolomé en su tradicional trabajo "Colonos, plantadores y agroindustria. La explotación agrícola familiar en el sudeste de Misiones" (1975), intentándolo diferenciar del concepto de "campesino" y de "farmer capitalista", como un productor que garantiza su reproducción ampliada a partir del trabajo familiar y ocasionalmente asalariado, recurriendo al uso de tecnologías rudimentarias pero de tracción por combustión. Semejante ejercicio es realizado por Archetti y Stölen (1975) en relación a un grupo de agricultores del norte de Santa Fé, al utilizar el término "ni campesinos ni capitalistas".

²² La expansión de la frontera agropecuaria rápidamente puso en producción numerosas tierras. Así, *"entre los años 1895 y 1920 la superficie cultivada casi se triplicó, pasando de 13.200 a más de 36.000 hectáreas (Bolsi, 1982). Por su parte, la población creció de 33.163 a 63.176 habitantes, con un crecimiento anual medio de 2,6 % (García, 2004)."* (citado por (Braticevic, 2013: 44).

²³ Schvorer (2011) resume dicho proceso en cuatro períodos que van desde 1880 hasta principios de siglo XXI: esto es entre 1880-1935; 1935-1955; 1955-1976; 1976- a nuestros días, de acuerdo al momento de auge y depresión de los principales cultivos y a las políticas de promoción y protección económicas imperantes.

comercialización (Galafassi, 2008) y posteriormente tendrán un rol central en la gestación de las ferias francas en la provincia.²⁴

Luego, a partir de las medidas conservadoras de la última dictadura militar, las condiciones de los colonos no mejoraron, en tanto se afectó la estabilidad de los cultivos industriales tradicionales y se favoreció la radicación de capitales foráneos y la expansión de la producción forestal y foresto-industrial. A ello debe sumarse los procesos de conflicto por la tierra y de deterioro de las estrategias de reproducción social de los colonos, que se dan frente al agotamiento de la disponibilidad de tierras fiscales y los procesos de ocupación de tierras privadas.(Arzeno y Ponce, 2010; Schiavoni, 2005).

Dicha realidad era compartida por gran parte del sector rural nacional, producto de las sucesivas políticas de liberalización de la economía particularmente profundizadas a partir de las reformas del Estado en la década de los '90²⁵. Pues, a nivel nacional, se producen un conjunto de medidas desregulatorias en el sector rural entre las que se destacan la eliminación de los aranceles de importación y la supresión de instituciones reguladoras (como la Junta Nacional de Granos (JNG), la Junta Nacional de Carnes (JNC), la Corporación Reguladora de la Yerba Mate (CRYM), etc.) (Teubal y Rodríguez, 2002). Mientras que en la esfera de la circulación, se propicia un proceso de concentración, caracterizado como el auge del “supermercadismo” que repercute negativamente en las condiciones de comercialización para los pequeños productores en todos los rubros alimentarios (Teubal y Rodríguez, 2002). Es decir, se evidencia la delegación de las acciones de control y planeamiento económico y social, antes

²⁴ De acuerdo con Montiel (2000) la base social del MAM estaba conformada por pequeños y medianos productores de entre 5 y 50ha, cuyo modelo de organización se centraba en “núcleos de base” presentes en la mayoría de los municipios de la provincia.

²⁵ Se puede resumir tales reformas en la aplicación del Plan de Convertibilidad, en el proceso de privatización, en las desregulaciones- de todos los mercados, especialmente el de trabajo-, en la apertura al exterior y en el desmantelamiento de buena parte del aparato estatal- las instituciones reguladoras de la producción entre otras-. (Teubal y Rodríguez, 2002)

parcialmente llevado a cabo por el Estado, hacia la esfera del libre mercado donde las condiciones de producción, distribución, circulación y consumo responden cada vez más a criterios de eficiencia y competitividad.

Así, el modelo de apertura económica y de inserción en la economía global significaron el surgimiento de un “nuevo modelo agroalimentario” que derivó en un proceso de configuración dual de la estructura agraria nacional y la identificación de “nuevas ruralidades” en el panorama nacional (Tapella, 2002). Por un lado, un modelo de producción de gran escala de capital intensivo, tecnológicamente modernizado, competitivo y articulado al comercio internacional –como fue el desarrollo de los grandes productores de la región pampeana y algunas cadenas agroindustriales regionales-; y por otro, un modelo de pequeños productores, campesinos, minifundistas, etc., que resguardaron formas tradicionales de producción y se vieron en muchos casos subordinados a la dinámica del mercado interno de alimentos o la agroindustria, cuando no quedaron expuestos a un proceso de asalarización por fuera del sector rural o a su progresiva exclusión del mismo.

A nivel nacional, de acuerdo con los datos censales, y asumiendo características particulares en cada región, dicho proceso ha significado la desaparición de cerca de 100.000 explotaciones agropecuarias del país en el período intercensal 1988-2002 (es decir, un 20% de las EAP de todo el país). Así, de las 421.221 EAP existentes en 1988, se pasó a contabilizar 333.533 EAP en 2002, de las cuales el 75% (251.116 EAP familiares) representan a la Agricultura Familiar del país y el 18% de la superficie de uso agropecuario (Obschatko et al., 2009). (En la “Tabla 3” se puede ver los datos nacionales y provinciales).

En Misiones, en cambio, si bien la variación intercensal no fue significativa (2%, para el período 1988-2002), la distribución desigual de la tierra da cuenta de que la polaridad

de la estructura agraria es parte de su constitución histórica. (Ver “Tabla 3”). De acuerdo a los datos censales (CNA 1988 y 2002), las explotaciones de menos de 100 ha, en 1988 representaban el 92,4 % del total, y ocupaban el 32,6% de la superficie ocupada, mientras que las de más de 2500 Ha representaban el 0,03% de las EAP y ocupaban el 39,8% de la superficie. De la misma manera, en el CNA 2002, las EAP de menos de 100 ha representaban al 93% de las EAP y el 34,7% de la superficie; mientras que los estratos superiores (más de 2500Ha) concentraron el 36,3% de la superficie en un 0,2% de las EAP, es decir, en 62 EAP. (En la “Tabla 4” se pueden ver los datos provinciales, desagregado por escala de extensión de las EAP). Ello, sumado al agotamiento de las tierras fiscales que fueron objeto de ocupación por las familias, tensionó la continuidad de las estrategias de vida de los agricultores familiares.

Referencia	CNA 1988				CNA 2002				Δ(%)
	Total	Con límites definidos	Sin límites definidos	Superficie (sólo EAP c/ límites definidos).	Total	Con límites definidos	Sin límites definidos	Superficie (sólo EAP c/ límites definidos).	
Total del país	421.221	378.357	42.864	177.437.398	333.533	297.425	36.108	174.808.564	20,82
Misiones	28.566	27.517	1.049	2.282.235	27.955	27.072	883	2.067.805	2,14

Tabla 3: Cantidad y superficie de las EAP (con y sin límites definidos) para los CNA 1988 y 2002 a nivel nacional y provincial. Fuente: elaboración propia a partir de datos CNA 1988-CNA 2002. INDEC.

Escala de EAP	1988				2002			
	Exp	%	Has	%	Exp	%	Has	%
0,01-100	25431	92,4	746376	32,6	25133	92,9	731786	34,7
más de 2500 ha	81	0,3	909184	39,8	62	0,2	766113	36,3

Tabla 4: Evolución de la cantidad y superficie de las EAP con límites definidos para los CNA 1988 y 2002 de la provincia de misiones, de acuerdo a dos escalas de extensión. Fuente: CNA 1988 y 2002 INDEC.

En las últimas décadas, la concentración también se ha dado en las etapas de industrialización y comercialización. Pues, durante esos años, se encrudeció la puja

distributiva entre el sector primario y el resto de la cadena de valor de cada complejo agroindustrial. Para el caso de la yerba, el principal cultivo de la provincia, la desarticulación de la CRYM, significó la ausencia de precios de referencia y de cupos de producción, desestabilizando aún más las condiciones de producción y comercialización, y favoreciendo la integración vertical en un reducido grupo de actores (grandes productores, molinos e hipermercados). La repercusión sobre el empleo rural significó *“una reducción del empleo en las chacras (el número de asalariados permanentes en las unidades productivas yerbateras se redujo en un 50% -de 9.300 a 4.800- en el período intercensal 1988/2002), generando un proceso de expulsión del ámbito rural (...)”* (Gortari, 2013: 28). La eliminación de los cupos de siembra significaron un incremento en la superficie sembrada de unas 34 mil hectáreas, explicando así la caída de los precios (a principios de los años ‘90 el kg de hoja verde percibida por el productor valía \$ 0,2 y a fines de esa década pasó a valer \$ 0,055)²⁶.

El impacto de las políticas desregulatorias también se observó en los cambios en la superficie sembrada de los distintos cultivos locales. Así, según Barsky y Fernández (2005) en el período intercensal 1988-2002, hubo un importante crecimiento en la superficie de bosques implantados y forrajeras perennes- asociados a la explotaciones forestales y ganaderas de tipo empresarial-, mientras que la superficie destinada a tabaco- sustancialmente asociada al trabajo familiar- se triplicó (de 8 mil hectáreas a un poco más de 26 mil)²⁷ y se registró una caída de la superficie destinada al té y el tung –

²⁶ Pero además, el sector primario pasó de participar en un 30% del valor del producto final a comienzos de la década, a percibir un 9% en la crisis de 2001. (Gortari, 2013).

²⁷ La expansión del tabaco y la forestación fue promovida por las políticas públicas desde los años ‘70; en el primer caso a partir de la creación del IFONA y en el segundo, a partir de la Ley Nacional del Tabaco N°19.800/72. La desregulación en la entrada de capitales y en las modalidades de contrato, dieron lugar a la instalación de grandes grupos económicos en ambos sectores productivos. Así, las empresas forestales comenzaron en esa época un proceso de concentración de la producción y transformación de la madera para pasta celulósica con destino a exportación. Mientras que en el caso del tabaco, las empresas desarrollaron una “agricultura de contrato” que les permitió establecer las condiciones de producción y

productos característicos de las economías colonas-, que disminuyeron su presencia en casi 6 mil hectáreas y 22 mil ha, respectivamente.

Por otro lado, los efectos sobre el empleo rural se observaron en los cambios en la población urbana y rural. A nivel nacional, la población rural descendió un 8,4% entre los 1991 y 2001, influenciada especialmente por los procesos de tecnificación de la región pampeana. Mientras que, siguiendo la tendencia de la región extrapampeana, Misiones mostró un descenso de la población rural en un 3% y un aumento de la población urbana del 38%.

Es decir que, la propia historia provincial de colonización de las tierras junto a las políticas públicas de promoción y el propio crecimiento demográfico, favorecieron la especialización productiva provincial en producciones agroindustriales (yerba mate, tung, té, forestación, etc.), reduciendo la producción y disponibilidad de alimentos locales.

3.3. EL ORIGEN DE LAS FERIAS FRANCAS EN MISIONES Y POSADAS.

Es así, que en un contexto de crisis social generalizado, se da origen al proceso de las ferias francas en Argentina, cuyo hito fundacional toma lugar a mediados de la década del '90, en la ciudad de Oberá, tras la necesidad de poner en práctica actividades socioeconómicas alternativas que complementaran las tradicionales estrategias de ingresos de los colonos.

Como mencionan diversas fuentes (Carballo, 2000; Golsberg y Dumrauf, 2010; Lapegna, 2005; Mathot y Rebolé, s/f; Ricotto, 2002), el origen de las ferias se atribuye a la iniciativa de las mujeres agricultoras, que frente a la crisis de precios que afectaba sus

comercialización, a partir de contratos leoninos con los AF, sin necesidad de incorporar las tierras en producción (Arzeno, 2014; Chifarelli, 2008; Oviedo, 2016)

chacras y su familia, decidieron organizarse para llevar al mercado el excedente de su producción para autoconsumo.

La propuesta fue impulsada por un grupo de integrantes del MAM²⁸ que encontraron apoyo en algunas instituciones estatales nacionales (INTA, PSA²⁹) y otras organizaciones sociales (INDES³⁰, INCUPO³¹)(Pereira, 2003, 2007)³². La apuesta realizada desde la organización; en un contexto de privatización de la esfera pública e individuación de los “problemas económicos”, de mercantilización de la vida, de cercenamiento del aparato público, etc. , fue la de llevar a la “vía – vida pública” la necesidad de reproducción de la vida y de continuidad de un modo de vida (el campesino, minifundista, de pequeño productor, agricultor familiar, colono, etc.) en base a un modelo de gestión más justo y solidario. Sin embargo, inicialmente también debieron hacer frente a cierta resistencia desde la propia gobernación local, que con el paso del tiempo fue superada y transformada en un vínculo que otorgó respaldo institucional para hacer uso del espacio público. En palabras de uno de sus integrantes:

²⁸ El MAM es una organización gremial de base, surgida en 1971. Su origen se rastrea en la acción social y política del movimiento rural cristiano (como un desprendimiento de las Ligas Agrarias del Nordeste), que desde mediados de los años 50, defendía los intereses de medianos y pequeños productores locales. Luego de atravesar un período de persecución y desapariciones, el MAM vuelve a autoconvocarse a comienzos de los años '90 para darle continuidad a sus acciones, pero incorporando ahora las siguientes líneas de acción: regularización de la tenencia de la tierra, agricultura orgánica, diversificación productiva, capacitación en comercialización, participación de la mujer, etc. (Montiel, 2000)

²⁹ El Programa Social Agropecuario (PSA) comenzó en 1993 como un programa de alcance nacional dependiente de la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca, para atender las necesidades sociales y productivas de pequeños productores, a partir de la asistencia técnica y financiera. Su apoyo fue indispensable para el desarrollo inicial de las ferias. Fue disuelto en 2013 y su estructura institucional transformada en la actual Secretaría de Agricultura Familiar.

³⁰ El Instituto de Desarrollo Social y Promoción Humana (INDES) es una asociación civil creada en 1974 por un grupo de profesionales del ámbito público y privado, y está orientada a contribuir al fortalecimiento de organizaciones comunitarias de base (Cooperativas, Comisiones de Fomento, etc) en el ámbito rural.

³¹ El Instituto de Cultura Popular (INCUP) es una asociación civil surgida en 1968, dedicada a la educación y comunicación popular con presencia en cinco provincias del norte argentino. Actualmente también promueve experiencias de producción agroecológica, uso múltiple del bosque, tierra y hábitat, economía social y actorazgo político de las organizaciones.

³² “A partir de la creación de las primeras Ferias se observa también la intervención del Estado provincial. Dos años después de que empieza a funcionar la primera feria, el Ministerio del Agro y la Producción entrega un subsidio destinado al financiamiento de las ocho ferias existentes por entonces. Con dicho subsidio se van a constituir diferentes fondos rotatorios en cada feria y se van adquirir frascos, herramientas y pequeñas maquinarias. Un poco más adelante se crea la Dirección de Pequeños Agricultores, Huertas y Ferias Francas”. (Rodríguez, 2010: 5)

“Pero esto no empezó así porque la gente tenía producción, sino porque la crisis nos llevó a salir a vender otra cosa porque los productos que teníamos no valían. No valía el té, no valía la yerba. La gente se iba de las chacras y acá había una persona con nosotros estaba, Michele Guilbard que fue un asesor nuestro de la época, asesor en el MAM y siempre nos decía que “Toda lucha se gana asegurando la comida”. La lucha era quedarse en la chacra, no era salir a pelear por un plato de comida, y entonces empezamos a meternos en la cabeza que era necesario hacer lo que hacíamos, que era bueno...” (Entrevista al presidente de la Feria Franca de Oberá, 20/09/2014, Oberá, Misiones).

A su vez, esta iniciativa tuvo su inspiración en la experiencia previa de las ferias de agricultores familiares de Brasil a través de viajes y el contacto directo con organizaciones e instituciones del país vecino. Para esa época, dicha feria: *“(...) tenía la misma edad que nosotros [actualmente], tenía en ese momento 20 años y con una ayuda muy fuerte del Estado”* (Entrevista al presidente de la Feria Franca de Oberá, 20/09/2014, Oberá, Misiones.).

A partir de ello, la organización de la primer feria se desencadena rápidamente. Desde el comienzo la propuesta fue pensada como una iniciativa de alcance provincial, pues al mismo momento en que se concretaba la organización de la feria, también se proyectaba la conformación de una asociación provincial (formando parte de los objetivos de la organización en el Estatuto) y la creación de una nueva feria en Posadas. En ese sentido las ferias representan no sólo una experiencia organizativa sino también institucional, que además se ha ido replicando a nivel local y nacional (Pereira, 2007)

~ LAS FERIAS DE POSADAS.

Desde sus orígenes la ciudad de Posadas³³ se abasteció de los alimentos producidos en las zonas aledañas. Sin embargo, dada su ubicación estratégica, ha estado sujeta a sucesivas transformaciones. Desde el tiempo colonial, la ciudad ha cumplido el rol de

³³ La estructura política-administrativa de la provincia de Misiones se encuentra organizada a partir de 17 departamentos y 75 municipios, los cuales gozan de autonomía política, administrativa y financiera, ejerciendo sus funciones con independencia de todo otro poder. (Art. 161 de la Constitución de la Provincia de Misiones). La ciudad de Posadas, por su parte, pertenece al departamento Capital, junto a las unidades administrativas de Garupá y Fachinal.

articulador regional con las provincias del norte y con el país vecino- Paraguay-, recibiendo la permanente afluencia de migrantes regionales, lo que la fue convirtiendo en el centro poblacional, administrativo, comercial y político más importante de la provincia. Así, *“La ciudad tuvo en sus suburbios, además de cultivos frutihortícolas, producción de granja y lechera. A pesar de que ellos ya no existen, es posible detectar la supervivencia de algunos colonos de los alrededores de la ciudad, al oeste y al sur, que han continuado con su producción de huerta, aves de corral, algunos otros pequeños animales de granja y producción lechera”* (Mathot y Rebolé, s/f: 34). De acuerdo a los datos del Instituto Provincial de Estadística y Censos de Misiones (IPEC), en el departamento Capital se hallan registrados apenas 139 EAP³⁴ (en base a datos provisorios del CNA 2008) frente a las 243 EAP censadas en el año 2002 (CNA2002-INDEC). De manera que, el abastecimiento de alimentos de la ciudad de Posadas, se explica tanto por el ingreso de alimentos extra-provinciales (frescos e industrializados) como de las localidades del “interior” de la provincia.

De acuerdo con lo anterior, los últimos datos oficiales disponibles informan que el departamento Capital cuenta con alrededor de 324.756 habitantes (CNPv 2010-INDEC)³⁵ en una superficie de 965Km², de los cuales el 98% corresponde a población urbana. La ciudad de Posadas, por su parte, concentra a 275.028 habitantes (CNPv 2010), los cuales, son abastecidos en parte³⁶, según datos brindados por la Dirección

³⁴ EAP: Explotación agropecuaria: “definida como unidad de organización de la producción que produce bienes agrícolas, pecuarios o forestales destinados al mercado; tiene una dirección ejercida por el productor que asume la gestión y los riesgos de la actividad productiva, con una superficie no menor a 500 m2, integrada por una o varias parcelas ubicadas dentro de los límites de una misma provincia; utiliza en todas las parcelas algunos de los mismos medios de producción de uso durable y parte de la misma mano de obra. (Glosario de términos utilizados en el Censo Nacional Agropecuario 2002, INDEC. Disponible en: http://www.indec.mecon.ar/Agropecuaria/glosario_cna2002.pdf

³⁵ Según el mismo censo se informa que la población total de la provincia de Misiones para el 2010 era de 1.101.593 habitantes. Datos extraídos de la base de datos: CEPAL/CELADE Redatam, disponible en: <http://200.51.91.245/argbin/RpWebEngine.exe/PortalAction?BASE=CPV2010B>

³⁶ Decimos en parte porque no es posible estimar qué porcentaje de esos alimentos son distribuidos hacia otras zonas de la provincia. De la misma forma, dada la información disponible no está claro si tales locales se abastecen de productos locales (provinciales) o extraregionales.

General de Rentas³⁷, a través de 642 puntos de venta registrados y que declaran como actividad principal o secundaria la comercialización minorista o mayorista de alimentos perecederos (verduras, carnes, huevos y lácteos fundamentalmente)³⁸. De ellos, los datos refieren a que existen:

- a) 147 locales que declaran como actividad principal la comercialización mayorista y minorista de frutas, verduras, legumbres, carnes (rojas y blancas), huevos y lácteos.
- b) 485 locales que se declaran como comercios no especializados dedicados a la comercialización de alimentos en general (incluye: almacenes, despensas, minimercados, autoservicios, supermercados, kioscos y dietéticas), que a su vez declaran como segunda y tercera actividad la comercialización de frutas, verduras y/o carnes. Entre ellos, se encuentran los puntos de venta del Mercado Central de Posadas, el Mercado de Villa Urquiza y el Mercado Modelo “La Placita”, tres espacios comerciales posadeños tradicionales, donde entre otros productos se comercializan alimentos frescos.
- c) 10 locales que no se dedican directamente a la comercialización de alimentos sino que la declaran como segunda y/o tercera actividad.

Es válido aclarar que en esta nómina no son considerados los puestos de las ferias francas debido a su exención impositiva (no alcanzados por el organismo de control fiscal local).

Respecto a las ferias, existen actualmente 13 Ferias Francas organizadas por la Asociación de Ferias Francas de Posadas, que paulatinamente se fueron distribuyendo en diversos barrios de la ciudad capital. La primera de ellas se fundó el 5 de Septiembre de 1998 en el barrio Villa Cabello, al oeste de la ciudad, siendo la feria provincial

³⁷ Los datos fueron brindados en Septiembre de 2014, durante el trabajo de campo.

³⁸ Según el CNE 2004/2005 (en base a datos del 2003) existían en toda la provincia de Misiones una suma de 2000 unidades productivas dedicadas a la comercialización de productos alimenticios (en este caso se incluyen desde panaderías y productos de kiosko).

número 18 creada hasta ese momento en la provincia (Mathot y Rebolé, s/f). Poco tiempo después se inaugura una segunda feria, ubicada en el barrio de Villa Urquiza, al sureste de la ciudad, y bautizada con el nombre de “Coya Cametti”³⁹ (Espíndola, 2005), a la que le siguieron las ferias de los barrios Santa Rita e Itambé-Minií.. La última de ellas, fue inaugurada a mediados de 2014 en la sede del Club Atlético Posadas⁴⁰. (Ver Ilustración 1 en Anexo). Al igual que en las otras experiencias, el apoyo y compromiso de diversas instituciones públicas (PSA, INTA, Municipalidad, etc.) y organizaciones sociales (Cáritas, MAM, INCUPO, etc.) fueron –y continúan siendo- fundamentales para llevar adelante el proceso de gestación y maduración de las ferias de Posadas. Actualmente, en Misiones se cuentan alrededor de 55 asociaciones de ferias⁴¹ articuladas a nivel provincial por la Asociación Provincial de Ferias o Interferias⁴².

Si bien no existe una sistematización de la evolución de la aparición de las diversas ferias, su cantidad se ha ido incrementando progresivamente en la provincia y luego también en todo el país; así para el año 2000, Carballo (2000) refería a la existencia de un total de 22 ferias distribuidas mayormente en las ciudades cabecera de departamento, y otras tres en proceso de gestación. Mientras que Nirenberg (2004) contabilizaba 45 ferias francas para el año 2004, y un trabajo de INTA (Golsberg y Dumrauf, 2010) del año 2010, referenciaba 48 experiencias (y 144 en el total nacional)⁴³. Mientras que a

³⁹ La Primer Feria Franca de Posadas fue denominada “Coya Cametti” en honor al primer Coordinador del PSA provincial (Roberto “Coya” Cametti), uno de los principales impulsores y promotores de la misma, que falleció pocos días antes de su inauguración.

⁴⁰<http://misionesonline.net/2014/06/17/ultiman-detalles-para-habilitar-la-feria-franca-numero-13-en-posadas/>

⁴¹ Si bien los referentes hablan de 55 asociaciones, el número de ferias (como espacio ferial) es mayor puesto que al igual que en Posadas, las asociaciones en algunos casos agrupan a más de una feria.

⁴² La Asociación Provincial de FF fue creada en 1998, para la representación del conjunto de ferias locales. Dentro de algunas de sus funciones, Colman (2009) describía: Organización de encuentros provinciales y otros encuentros de ventas en diferentes lugares de la provincia; creación de banco de insumos (bolsas, envases, botellas, etc.); firma de convenios con otras instituciones; gestión de jornadas de capacitación en diferentes temáticas; participación en campañas comunicacionales; gestión de mecanismos de autoayuda para el desarrollo de las ferias y la producción primaria y artesanal; gestión de créditos y subsidios para los socios; gestión de apoyo ante diferentes organismos oficiales y no gubernamentales para mejorar las condiciones de producción (provisión de semillas, traslados, capacitaciones, etc.).

⁴³ De acuerdo con este trabajo, esas 144 ferias representaban el trabajo de 4.042 familias (o más de 20mil personas) y más de 34 mil consumidores.

nivel nacional, actualmente se estima que existen más de 500 experiencias autogestivas de comercialización (rurales y urbano-rurales), identificándose como “ferias francas”, “ferias verdes”, “mercados solidarios” u otros significantes (Caballero, 2012)⁴⁴ extendiéndose en todas las regiones del país (Ver Tabla 5).

A diferencia de la experiencia de Misiones, el origen general de dichos espacios de comercialización se rastrea en la crisis de 2001 y también en la experiencia previa de las ferias de trueque. También se lo asocia a las políticas públicas de promoción del sector, coincidiendo con el mayor grado de visibilización alcanzado por la AF en la estructura formal del Estado en los últimos años (Golsberg y Dumrauf, 2010).

REGION	CANTIDAD
Centro	154
Patagonia	75
NEA	158
NOA	79
Cuyo	44
TOTAL	510

Tabla 5: Presencia de las ferias en las diversas regiones del país. En base a (SENASA, Octubre, 2014)

3.4. EL MERCADO CONCENTRADOR ZONAL.

El MCZ se trata de un espacio público estatal de comercialización de productos alimenticios de la Agricultura Familiar y de origen empresario, que integra las instancias de logística y organización de la producción a través de la articulación con políticas locales.

Se trata de una iniciativa del gobierno provincial de Misiones, que funciona bajo la órbita del Instituto de Fomento Agropecuario e Industrial (IFAI) y del Ministerio del

⁴⁴ Según el CIPAF Pampeano: “Existen en Argentina 504 ferias registradas, con 7.000 feriantes y alrededor de 180.000 consumidores, que pagan precios sustancialmente menores que quienes concurren a otros canales de comercialización”. Fuente: Comunicación: “Seminario Políticas públicas de comercialización y abastecimiento de productos de la agricultura familiar y campesina” (26/06/2014).

Agro y la producción⁴⁵. Luego de varios años de proyección, gestión y construcción de su infraestructura, el MCZ comenzó a operar en el año 2012 en la ciudad de Posadas.

Actualmente se está trabajando en la planificación de tres nuevos mercados de características semejantes en las ciudades de Oberá, Puerto Rico y Eldorado. El objetivo de instalar estos cuatro mercados es asegurar un intercambio regional a nivel provincial.

De acuerdo a cómo lo veremos más adelante, dicha iniciativa responde a la necesidad de avanzar en mayores grados de institucionalidad y estabilidad en la actividad feriante a partir de la coordinación estatal, lo que le imprime diversas características particulares.

Oficialmente el MCZ se plantea como objetivo el de *“formar parte de una política de Estado orientada a garantizar el acceso a los alimentos por parte de la población, a la vez que busca asegurar a los productores de nuestra provincia que cuenten con un espacio donde comercializar sus productos”* (Folleto oficial de difusión del MCZ).

Se trata de un mercado de operatoria semanal (se encuentra abierto todas las semanas entre los días Martes y Sábados), durante las cuales se realizan tanto las tareas de logística de la producción (hortícola y cárnica) como diversas actividades socioculturales.

En términos edilicios (Ver Ilustración 2 y 3 en Anexo), el mercado tiene una organización radial en torno a un hall o patio central que oficia de espacio de recepción y organización de actividades sociales: el ingreso donde se ubican las oficinas y lugar de encuentro de la Administración, cuatro sectores de boxes de venta, un escenario en la cabecera que además tiene sus propias gradas y un sector de cámaras frigoríficas. Luego, el MCZ está subdividido en cuatro subsectores, que incluyen diverso número de boxes de venta desde donde los productores llevan a cabo su operatoria diaria (Ver

⁴⁵ A fines de 2015, con la creación de la Secretaría de Estado de la Agricultura Familiar (con rango de Ministerio), ha habido una serie de cambios administrativo- institucionales, de los que no hemos tenido aún oportunidad de indagar y registrar.

Ilustración 4 y 5 en Anexo). De acuerdo con los datos institucionales, participan diversos productores, emprendedores y empresas. Así los “Sectores cárnico, lácteos y derivados”, están compuesto por 17 empresas privadas y cooperativas; el “Sector Frutihortícola” está dividido en dos sectores de 24 boxes cada uno, donde participan más de 150 productores semanalmente; el “Sector Pre-elaborados” que cuenta con 12 puestos para la venta de pastas frescas y secas, panificados, confituras, jugos, helados, etc. ; y, el “Sector Varios” donde participan 150 emprendedores que comercializan diversos productos artesanales, en general de actividades urbanas (artesanías en vidrio, madera, indumentaria, conservas, dulces, plantas aromáticas, yerbas saborizadas, etc.).

Es interesante tener en cuenta que esta no es la primera vez que una iniciativa estatal intenta organizar la comercialización de alimentos local. En otro contexto histórico, a mediados de los años 80, se crea en la provincia el Mercado Central de Posadas como una entidad mixta (privado-estatal), en un principio con un doble propósito: ser un centro mayorista de comercialización de frutas y verduras (en su mayoría provenientes del interior del país) y por otro, destinar un espacio minorista para los pequeños productores locales, que históricamente han tenido serias dificultades para comercializar su producción. Sin embargo, conforme la discrecionalidad de la política y los cambios macro económicos, sociales y políticos más generales del país, dicho mercado orientó sus prácticas hacia la concentración de la comercialización mayorista, reproduciendo las mismas relaciones desiguales de poder entre el sector comercial y productivo. En la actualidad el Mercado Central de Posadas tiene 5 naves, donde operan tanto operadores mayoristas, que llevan productos extra-provinciales, como productores misioneros. Los productores misioneros ocupan 2 naves en forma exclusiva y otra en conjunto a operadores mayoristas. Sin embargo no se tratan de pequeños productores, sino de

aquellos que tienen cierta capacidad de producción y acopio de producción de otros productores de sus zonas de residencia.

Por otro lado, también existe el registro de experiencias aisladas del funcionamiento de ferias itinerantes en las calles de la ciudad de Posadas ya desde mediados de los años 70, que contaban con el aval municipal para su operación. Tales experiencias tuvieron un reducido alcance y difusión, y de acuerdo al gobierno de turno, hasta llegaron a ser prohibidas. Sin embargo, no contamos con mayores datos que el referido por informantes claves como para incluirlo en un análisis crítico más amplio.

3.5. LA AGRICULTURA FAMILIAR EN MISIONES Y SU VISIBILIZACIÓN EN LAS POLÍTICAS LOCALES MISIONERAS.

Misiones se caracteriza por la preponderante presencia de la AF en su estructura social. En sus casi 3 millones de hectáreas, la provincia cuenta con una población estimada en 1.101 .593 personas (IPEC, 2012). Pero además, en ella el 73,8% de la población vive en zonas urbanas, es decir, que el 26,2% de la población restante reside en zonas rurales, y, del total de los pobladores rurales, el 81,2% vive en zonas consideradas "dispersas" (parajes y picadas). (IPEC, 2012). Este dato resulta significativo, sobre todo si se tiene en cuenta que dicha proporción para la Argentina no supera el 9% (CNPHyV-INDEC, 2010). Por otro lado, según los datos del Censo Nacional Agropecuario 2002 (CNA 2002) procesados por Obschatko et al. (2009), el 91% de las EAP misioneras corresponden a la categoría de Agricultor Familiar, que en dicho trabajo se identifican como "EAP familiares", las cuales ocupan un 43% de la extensión de tierra de la provincia (Obschatko et al, 2009)⁴⁶. A pesar de tratarse de datos desactualizados (pero

⁴⁶ Las autoras desarrollan una tipología de 4 categorías (EAP familiares tipo: A, B, C y D) indicando en orden ascendente la escala, grado de capitalización, empleo de fuerza de trabajo familiar y asalariado de hasta dos empleados permanentes. En Misiones, a su vez, la gran mayoría de la Agricultura Familiar (al menos un 94%) son representados en los tipos A y B, quienes despliegan sus estrategias de reproducción en muy pequeñas escalas (menores a 50ha) (Obschatko y Román, 2006, 2009).

los únicos confiables disponibles), podemos decir que se trata de una provincia donde “lo rural” tiene un fuerte peso y la Agricultura Familiar es un actor socialmente reconocido, sobre todo si tenemos en cuenta que en valores absolutos, Misiones es la segunda provincia con mayor presencia de AF en el país (con 25.359 EAP familiares de un total de 27.072 EAP), después de la provincia de Buenos Aires (33.653 EAP familiares).

En los últimos años, la AF ha cobrado importancia en las políticas públicas nacionales y locales en el rol de abastecedora de alimentos. Como lo resalta Oviedo (2010), se evidencia un giro en la orientación de las políticas públicas nacionales desde aquellos programas que desde mediados de los años '80 operaban como “*políticas alimentarias compensatorias*” (Oviedo, 2010: 9) hacia “*políticas de ingresos y de precios*” (Oviedo, 2010: 13), que repercutieron a su vez en la orientación de las políticas locales. Para el autor, la transformación cualitativa de las políticas públicas en los últimos años radicó en que la cuestión alimentaria fue no sólo abordada como una política social de acceso a los alimentos sino de democratización de su producción y comercialización. En ese contexto, toman lugar las discusiones en torno a la Soberanía Alimentaria, que aparece tanto en el discurso de las organizaciones sociales como en los referentes del Estado local. Sobre ello, el trabajo de Arzeno et al. (2015) advierte sobre “*los diversos modos de concebir y definir la “soberanía alimentaria”, asociados a estrategias también divergentes para alcanzarla*” (Op. Cit: 29). Es decir, los autores marcan la contradicción entre la connotación *discursiva* de las políticas y su expresión concreta en el nivel de las prácticas. Así, si bien desde el discurso se atribuyen orientadas hacia la “soberanía alimentaria”, en pos de la producción y comercialización local de alimentos, en la práctica, no escapan a una lógica productivista que tiende a intensificar la producción. Pues, al mismo tiempo, tanto Oviedo (2010) como Arzeno et al. (2015), no dejan de

poner en evidencia que estas políticas se han desarrollado en un ámbito de contradicción con la profundización del perfil productivo- extractivo-exportador de la provincia, que paralelamente define su estrategia de desarrollo provincial a partir de actividades productivas concentradas o que reproducen una relación de subordinación con los Agricultores Familiares, como son la forestación, el tabaco, la producción yerbatera, la ganadería y el turismo, entre otras.

En términos de políticas de comercialización para la Agricultura Familiar, más adelante veremos que en línea con el contexto nacional, las políticas públicas provinciales tuvieron un rol secundario durante la década de los noventa y es recién a principios de la década del 2000 en que esa tendencia comienza a revertirse. Dicho proceso no es un fenómeno casual sino que, como lo resalta el trabajo de Carballo et al. (2004), parten de un contexto en que incluso las definiciones de política respecto al desarrollo rural en general era mínimas o estaban dispersas. A nivel local, las escasas políticas de desarrollo rural existentes se orientaron a contener a las familias rurales en el campo sin posibilidad de desarrollar acciones específicas. Pues, además dichas políticas se desarrollaron en condiciones restringidas de presupuesto y capacidades técnicas, administrativas e institucionales.

En materia de comercialización y para el caso de la provincia de Misiones, el trabajo de Carballo et al (2004) identificó las siguientes: las políticas de comercialización del IFAI (que administra el Ingenio San Javier, e interviene en la comercialización de caña y azúcar de caña orgánica proveniente de productores locales, y, también interviene en la comercialización de granos de maíz, poroto y soja, en la zona de Bernardo de Irigoyen), así como las acciones de articulación con la política nacional y provincial de la Asociación de Ferias Francas (que trabaja articuladamente con el PSA, PROINDER, PRO- HUERTA, etc); la Cooperativa Tabacalera de Misiones (a través de la cual se

promueve el Programa Citrus, financiado por el PRAT- Proyecto de Reconversión de Áreas Tabacaleras, para la implantación y exportación de cítricos); y la Cooperativa Frigorífica de L. N. Alem (a través de la cual se financian instalaciones y capital de trabajo para productores de carne porcina y bovina, también financiado por el PRAT).

Más recientemente, y como parte del viraje institucional de las políticas nacionales y provinciales que se vienen evidenciando, encontramos en la provincia de Misiones algunas acciones que avanzan en políticas específicas de comercialización para la AF. Nos referimos al reconocimiento institucional que reciben las ferias francas de la provincia de Misiones a partir del año 2010 a través de la ley III N°10 de “Ferias Francas y Mercado Concentrador Zonal”, donde además se deja planteado el proyecto de creación del “Mercado Concentrador Zonal”. Dicho proceso fue impulsado tanto por las distintas asociaciones de ferias como por diputados locales históricamente vinculados a las problemáticas de la Agricultura Familiar y las Ferias Francas. Como se fundamenta en el cuerpo de la ley: *“El sentido de esta norma es facilitar el desarrollo de la actividad de las ferias francas, reconocer su preexistencia y asegurar su consolidación como un mecanismo alternativo al servicio del pequeño productor, y como un actor dinamizador de la economía social rural, en estrecha interrelación con el ámbito urbano”*.(Ley III N°10, 2010).

De la misma manera, y en el mismo año, se sanciona la LEY XVII - N° 71 de Alimentos Artesanales que regula y registra las “Salas de Elaboración de Alimentos Artesanales” y los “Alimentos Artesanales” como una política del Ministerio de Salud Pública provincial para adecuar las normativas bromatológicas a la realidad de la Agricultura Familiar y emprendimientos de la economía popular o micro-emprendimientos urbanos. En el ámbito de los programas públicos, se destaca también el “Programa Provincial de Recuperación Nutricional Hambre Cero” que también desde el año 2010 se constituyó

en una estrategia del gobierno provincial para unir la asistencia alimentaria a familias en condiciones de vulnerabilidad social con la provisión de alimentos provenientes de la compra directa a las ferias francas de la provincia, constituyéndose en otro de los antecedentes provinciales de “compra pública”⁴⁷.

En complemento, a fines del año 2014 se aprobó la Ley provincial VIII N° 68: “Ley de fomento a la producción agroecológica”, donde, entre otras cosas, crea el “Registro de productores agroecológicos” y el “Sistema Único de Certificación Participativa” cuyo objeto es fomentar la producción agroecológica a partir de *“la regulación, promoción e impulso de actividades, prácticas, procesos de producción, comercialización y consumo de alimentos saludables con sostenibilidad ambiental, económica, social y cultural; teniendo en consideración el ordenamiento productivo de cada región.”* (Art. 1 Ley VIII N° 68).

Finalmente, mencionamos la Ley Provincial VIII-69 de Agricultura Familiar cuyo objetivo es adoptar *“como modelo de desarrollo productivo, económico, social y ambiental a la agricultura familiar en toda su diversidad, la que es sujeto prioritario de las políticas y acciones que se ejecutan desde las diferentes áreas del Gobierno provincial”* (Art.1.). El mismo prevé como objetivo específico el: *“desarrollar políticas de comercialización que garanticen la colocación de la producción en mercados locales, regionales y otros”* (Art.3.). Dicha ley crea para ello un “Consejo Provincial de la Agricultura Familiar”, integrado por representantes tanto del gobierno provincial como de organizaciones sociales de la AF. En este marco es que a fines de 2015 se ha creado la Secretaría de Estado de la AF, con rango de Ministerio.

⁴⁷ Con sus particularidades, otro antecedente provincial lo constituye el “Programa “Sostenimiento del Empleo y Seguridad Alimentaria en la Pequeña Agricultura Familiar” ó “Programa de los Maíces” que desde el año 2008 articula la acción del Ministerio del Agro y la Producción provincial y el Ministerio de Trabajo, Empleo y SS de la Nación, a través del cual se realiza la compra y distribución de semillas de maíz criollo, poroto y arroz de secano para su distribución a través de más de 16 organizaciones y 50 municipios al 18,5 % de los agricultores familiares de toda la provincia. (Carballo et al., 2014).

De todas maneras, es de destacar que dichos procesos no se tratan de hechos aislados sino que más recientemente comienzan a visualizarse experiencias semejantes en otras provincias impulsadas por la política pública nacional⁴⁸. Así encontramos que en la provincia de Corrientes, Río Negro, Mendoza y San Luis, se estaban llevando adelante la “construcción” de mercados de gestión estatal para la comercialización directa de la AF y emprendedores de la Economía Social. En el caso de Río Negro y Corrientes, a partir del Programa Nacional de Agricultura Urbana, se inauguran durante el 2014, el Mercado Comunitario Municipal de S. C. de Bariloche y el mercado "Cadaque El Piso", en el municipio de Perogorria, Corrientes⁴⁹. En Mendoza y San Luis, poco tiempo después se abren dos “Super Mercado Central” de la “Red Comprar” en la ciudad de Guaymallén y San Luis, donde según las fuentes, más del 80% de los productos ofrecidos son de origen provincial –en el primer caso- y con productos regionales de Buenos Aires en el segundo⁵⁰.

⁴⁸ Dichas políticas forman parte de un proyecto de redistribución más amplio, en un contexto de inflación generalizado, enfocado a garantizar el acceso a alimentos y productos de consumo básico más baratos. Esto incluye la promoción de ferias y mercados populares. Tales acciones fueron llevadas adelante a partir de la política de “Precios Cuidados” y la “Red Comprar” (Red de Comercios de Proximidad). En la actualidad – 2016- no hemos podido identificar la continuidad de los mismos.

⁴⁹ “El mercado comunitario de Perogorria fue habilitado este viernes, con el objetivo de convertirse en el principal centro de comercialización de la producción de los pobladores que viven en la zona. La obra, que fue construida con aportes del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación y del municipio, demandó una inversión cercana a los 3 millones de pesos.

En el mercado también se inauguró un punto de venta exclusivo de productos del programa Precios Cuidados, que llegarán a la localidad a través de la Red Federal de Comercios de Proximidad (Comprar). Se trata del primer espacio de este tipo habilitado en el país, que permitirá a los habitantes de la localidad acceder a la mayoría de los productos del programa nacional.” (25/10/14) .Diario Época. Disponible en: <http://diarioepoca.com/380853/perugorria-abrio-las-puertas-de-su-mercado-comunitario-con-presencia-nacional/>

⁵⁰ “Se inauguró el primer Súper Mercado Central de la Red Comprar en la ciudad de Guaymallén” (22/12/14). Télam. Disponible en: <http://www.telam.com.ar/notas/201412/89744-sper-mercado-central-red-comprar-mendoza.html>. Y “Un nuevo supermercado de la Red Comprar abrió en San Luis y ya bajaron los precios en los comercios” (28/05/15). Télam. Disponible en: <http://www.telam.com.ar/notas/201505/106774-super-mercado-central-de-la-red-de-comercios-de-proximidad-de-la-argentina-san-luis-precios.html>

Tabla 6. Sistematización de leyes vinculadas a la promoción de la comercialización de productos provenientes de la AF en la provincia de Misiones, ordenadas según antigüedad. Elaboración propia en base a la información publicada en los Boletines Oficiales de la provincia.

Tipo y N°	Nombre	Fecha de Sanción	Objetivos	Principales Características.
LEY VIII - 49 (Antes Ley 4020)	Ley de Mercados Concentradores Oberá, Apóstoles, Puerto Rico, Jardín América Y Eldorado.	09-12-2003	a)favorecer al productor o entidades de productores en la comercialización directa de sus productos; b) eliminar la intermediación entre el productor y el consumidor final; c) ampliar las áreas de cultivo, asegurando una comercialización directa y real; d) abaratar precios para los comerciantes mayoristas y minoristas, lo que se verá reflejado en la reducción del costo de la canasta familiar; e) tipificar los productos, efectuando un control bromatológico y de calidad; f) posibilitar que los productores expongan y comercialicen su producción; g) promover y expandir la venta de productos de la zona.	Créanse los Mercados Concentradores para productos fruti-hortícolas, avícolas, apícolas, piscícolas, producciones agropecuarias en general, subproductos artesanales y agroalimentos conservados, que se constituirán como sociedad de economía mixta con mayoría de capital estatal, con sede en las ciudades de Oberá, Apóstoles, Puerto Rico, Jardín América y Eldorado.
LEY III - N° 10	Desarrollo, Promoción y Fomento de la Feria Franca y Mercado Zonal Concentrador de Ferias Francas de la Provincia	15 Jul 2010.	a)promocionar y facilitar la producción, el consumo y la comercialización de los productos provenientes de las Ferias Francas de la Provincia b) incentivar la producción natural, agroecológica, saludable, en función al compromiso de los productores con los consumidores y el cuidado del medio ambiente; c) conformar y fortalecer una red provincial de organizaciones de productores feriantes que comprenda la cadena desde la elaboración hasta la comercialización final en el Mercado Zonal Concentrador de Ferias Francas de la Provincia; d) contribuir al financiamiento de las actividades productivas en la Provincia, instrumentando programas tendientes a solventar los costos de producción; e) alcanzar de modo sostenido en un corto plazo el autoabastecimiento en la Provincia; f) fomentar el consumo interno y, asimismo, la exportación de los productos provenientes de las Ferias Francas; g) impulsar la investigación, producción y transferencia de tecnologías apropiadas al pequeño productor a fin de lograr mayor productividad y agregación de valor.	Regular el funcionamiento de las ferias (Organización interna, crea un registro provincial de Ferias Francas , y disposición de la autoridad de aplicación y sus funciones); Determinar los objetivos de creación del MCZ (conformación de red de feriantes, difusión, organización de actividades de promoción del consumo, brindar apoyo técnico, actuar sin intermediación en los precios, instalar un sistema de acopio de la producción, realización de un diagnóstico de situación de los potenciales productores feriantes).

Tipo y N°	Nombre	Fecha de Sanción	Objetivos	Principales Características.
LEY XVII - N° 71.	Ley de Alimentos Artesanales.	Sanción: 05/08/2010. Decreto reglamentación 655/2011 POSADAS, 23 de Mayo de 2011	Formalizar la existencia de alimentos artesanales y regula las condiciones sanitarias de su elaboración.	Creación Registro Provincial de Salas de Elaboración de Alimentos Artesanales y el Registro Provincial de Alimentos Artesanales, en el ámbito del Ministerio de Salud Pública. Establecimiento de las condiciones para habilitar salas de elaboración y formalizar los alimentos artesanales.
LEY VIII N° 68	Ley de Fomento a la Producción Agroecológica.	Sancionada: Octubre 16 de 2014 Promulgada: Octubre 31 de 2014 Publicada: Noviembre 3 de 2014	Fomentar el desarrollo de los Sistemas de Producción Agroecológica en la Provincia, mediante la regulación, promoción e impulso de actividades, prácticas, procesos de producción, comercialización y consumo de alimentos saludables con sostenibilidad ambiental, económica, social y cultural; teniendo en consideración el ordenamiento productivo de cada región.	Creación de Registro de productores agroecológicos y de Sistema único de certificación participativa como un mecanismo de participación múltiple: estado, productores, ONGs y consumidores (prevé la promoción de circuitos cortos de comercialización). Creación de Consejo de Producción Agroecológica como un espacio interinstitucional (Min Agro y Producción; Min. Ecología y Recursos Naturales, IFAI, Min. de Acción Cooperativa, Mutual, Comercio e Integración; INTA, Sec. de AF, UNAM, comunidades indígenas, organizaciones de productores). Determinación de mecanismos de fomento a la producción agroecológica (créditos, asistencia técnica, incentivos económicos y financieros).
LEY VIII-69	Ley de Agricultura Familiar	Posadas, 1 de octubre de 2015 Vigencia: 10/10/15	Adoptar a la agricultura familiar como modelo de desarrollo productivo, económico, social y ambiental. Ello incluye acciones transversales en: promoción del desarrollo humano integral, valorización de las prácticas productiva de las mujeres, garantizar la soberanía y seguridad alimentaria, garantizar la conservación de la biodiversidad, arraigo en zonas rurales, educación técnica, fortalecimiento de organizaciones, agregado de valor, comercialización, investigación, acceso a semillas criollas y nativas, acceso a tecnología, acciones específicas con pueblos originarios, promoción de acceso a tenencia de la tierra, desarrollo de agroturismo, promoción de agricultura familiar urbana, reconversión productiva de tabacaleros, favorecer producción agroecológica.	Para cumplir con los objetivos, crea: • Registro Provincial de Agricultura Familiar • Consejo Provincial de Agricultura Familiar conformado tanto por organizaciones de AF como por representantes del gobierno provincial • Fondo Especial de la AF. • Régimen de asistencia a la AF (involucra la ejecución de planes de prevención, mitigación, restitución de bienes y subsidios directos frente a emergencias y catástrofes climáticas y la creación de un seguro integral).

3.6. ANTECEDENTES EN RELACIÓN A LA POLÍTICA PÚBLICA PARA LA AF Y LA COMERCIALIZACIÓN A NIVEL NACIONAL.

Tanto los estudios de la CEPAL (Sabourin et al., 2014) como los de la FAO (Sanches et al., 2014) señalan las transformaciones en la orientación de las políticas públicas dirigidas a la Agricultura Familiar en los últimos quince años en ciertos países de América Latina, que se corresponde con un período de “*re-democratización de los Estados en la región, con la emergencia de gobiernos más favorables a este sector de la población rural (Brasil, Argentina, Uruguay, Chile, Nicaragua, Ecuador, Bolivia)*” (Sabourin, 2014: 7). Se evidencia, según estos trabajos, un cierto distanciamiento con las políticas de liberalización del mercado y las estructuras programáticas extremadamente focalizadas, descoordinadas y superpuestas, propias de los años ochenta y noventa, hacia esquemas de mayor articulación interinstitucional.

Para estos organismos, existe un avance aunque aún incipiente en cuanto al carácter de las políticas que afectan genérica, directa o indirectamente a la Agricultura Familiar. Es decir que éstas no son abordadas sólo desde una perspectiva económica y tecnológica sino que en los últimos años han incorporado ejes de acción vinculados a temas transversales como son “*las políticas de seguridad alimentaria y de lucha contra la pobreza*” (Sabourin, 2014: 16) dentro de las cuales se mencionan: el fomento a bancos de semillas, mercados y ferias de productores, bancos públicos o sociales de alimentos, restaurantes populares y programas de compras públicas enfocados en los productores familiares (Brasil, Ecuador, Argentina, etc.), la producción agroecológica, el desarrollo territorial, las cuestiones ambientales y sociales, etc.

Para el caso de Argentina, existen diversos trabajos que analizan la evolución de las políticas públicas para el desarrollo rural en los últimos cuarenta años, que en términos

generales identifican al menos tres períodos de orientación de las mismas a partir del despliegue del modelo económico neoliberal instalado en nuestro país con la dictadura militar de 1976 hasta la actualidad⁵¹. Trabajos como los de Manzanal (2000), Carballo et al. (2004), Lattuada et al. (2011), y, Nogueira (2013) coinciden en diferenciar la orientación de las políticas públicas y de la concepción del desarrollo rural conforme las transformaciones de las condiciones macro-socioeconómicas y políticas generales que atravesaron al país.

Una vez recuperada la democracia⁵², y ante los profundos cambios estructurales y del aparato estatal, la cuestión del desarrollo rural comenzó a tomar una nueva forma dentro de las políticas públicas nacionales. De acuerdo con Carballo et al. (2004) *“durante los diez primeros años se atravesó un prolongado período, en el que se comienza a manifestar la preocupación por la problemática de los PPA[pequeños productores agropecuarios] y más adelante por los pobres rurales y urbanos con alimentación insuficiente; ello se expresa a través de programas y proyectos independientes entre sí, que comienzan a formularse en la SAGPyA y en el INTA, a través de la Unidad de Minifundio (1987) y posteriormente del Pro-Huerta (1989) y el PPNEA (1991).”* (Carballo et al., 2004: 22)

Lattuada et al. (2011) y Nogueira (2013), coinciden en concluir en que durante esa época *“Los numerosos programas de desarrollo rural (PSA, Cambio Rural, PROFAM, PROINDER y muchos otros) fueron dirigidos, en términos generales, al “alivio de la pobreza” (...) y a la reconversión productiva de pequeños y medianos productores.”*(Nogueira, 2013: 60). Puesto que *“Estas iniciativas no fueron*

⁵¹ Así, Lattuada et al (2011) diferencia: los Programas de Desarrollo Rural Integral de las décadas de los 70 y 80; los Programas de Apoyo Integrado en base a Demanda, de la década de los 90; y los Programas de Desarrollo Territorial Rural, que se extienden desde los años 2000 en adelante.

⁵² Los programas que se ejecutaron durante la década del '60 y '70 no estaban orientados a las problemáticas socioeconómicas de los productores familiares sino más bien eran direccionados a generar condiciones para la “inserción y el desarrollo sectorial, agroindustrial, mercantil y capitalista de los sujetos beneficiarios” (Manzanal, 2000: 7).

acompañadas por la concepción de una política integral de largo plazo para el sector, sino subordinadas a las necesidades inmediatas y coyunturales de la política macroeconómica, en un contexto de reformas estatales orientadas a la reificación del mercado como actor único y excluyente en la creación y distribución del excedente agropecuario” (Lattuada et al., 2011: 10).

Por un lado, el trabajo de Carballo et al (2004) diagnostica el debilitamiento institucional en materia de normativas y entes de regulación, asociado al desmantelamiento de numerosos organismos nacionales de regulación de las cadenas agroindustriales (algodón, tabaco, granos, carne, leche, yerba mate, etc.) que, aún con un limitado alcance, favorecían a la AF. Por otro lado, el trabajo registra que las principales acciones vinculadas a la comercialización para la AF fueron centralizadas en la órbita de la SAGPyA y el INTA principalmente⁵³. De acuerdo con ello, diferencian dos modalidades de intervención: aquellas que promovían o apoyaban la organización de puntos de comercialización (individual o colectiva) de productos frescos o de mínima transformación (como las ferias y mercados locales) generalmente destinados a mercados de proximidad; de aquellas que promovían la comercialización conjunta de productos de mayor valor agregado, con el requerimiento asociado de una mayor infraestructura y el direccionamiento hacia otro tipo de mercados.

Más allá de las particularidades de cada uno, los autores señalan que dichos programas no se trataban de políticas específicas para la comercialización sino que ésta era abordada como una problemática subsidiaria de los temas productivos, cuyo fin, además era brindar herramientas de “mercadeo” para la inserción de los pequeños productores “al mercado” (regional e internacional principalmente). Es decir, en línea con las políticas estructurales de la época no se advertía o ponía en cuestionamiento al sistema

⁵³ El trabajo identifica siete programas nacionales: Unidad Minifundio; PRODERNEA; Cambio Rural; PSA; PROINDER; PFD y PROSAP.

de mercado mismo sino más bien prevalecía una óptica de desarrollo de “pequeños negocios” con una lógica de empresa (Carballo et al, 2004).

Luego, a partir de los cambios institucionales que se evidencian en la última década, el trabajo de Juárez (2014) destaca tres procesos de transformación en términos de las políticas de desarrollo rural y agricultura familiar en nuestro país: la generación de condiciones institucionales para el despliegue de las políticas públicas (con la creación de nuevos organismos públicos a nivel nacional y provincial, nuevas organizaciones sociales sectoriales y nuevos instrumentos de política); el rediseño de políticas sociales agrarias preexistentes y la generación de políticas específicas para la agricultura familiar (institutos, leyes, programas, proyectos, etc.) ; y, el desarrollo de políticas sociales y de infraestructura que intervienen en la mejora de las condiciones generales de vida y reproducción de las familias agrarias.

Dentro del primer proceso referido por Juárez (2014), es que se inscribe la creación de la REAF en 2004 en el ámbito del MERCOSUR y del Foro Nacional de la Agricultura Familiar (FONAF) en el año 2006, como una organización mixta (formado por diversas organizaciones de la AF y representantes del Estado Nacional) cuyo principal objetivo es constituirse en un espacio de debate de las políticas públicas nacionales para la Agricultura Familiar. (FONAF, 2007). Así como también a partir de la creación de la Subsecretaría de Agricultura Familiar (posteriormente Secretaría Nacional)⁵⁴ en el ámbito de la Ex Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación (Actualmente Ministerio de Agroindustria), en el año 2008. (Manzanal y González, 2010) (Craviotti, 2014) (Ver Tabla 7 en página 85).

⁵⁴ Como parte de las transformaciones institucionales a las que venimos haciendo mención, dicha Secretaría se erige sobre la estructura previa del Programa Social Agropecuario, un programa de desarrollo rural de alcance nacional (presente en 20 provincias del país) que funcionaba en los territorios desde los años noventa.

En términos de creación de nuevos instrumentos de política, a partir de 2007 se comienza a implementar el Registro Nacional de Agricultura Familiar -RENAF- (Res. 255/07 de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación de la Nación) cuyo fin es el de generar información de base para el diseño e implementación de políticas diferenciales.⁵⁵

Mientras que, respecto del rediseño de políticas, se aplicó en el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) una transformación de los lineamientos estratégicos al incorporar el enfoque de Desarrollo territorial rural (DTR), profundizando su compromiso con la agricultura familiar en su agenda programática. De acuerdo con Juárez (2014) esto significó: “ (...) *la revalorización del área de extensión rural (...) y, por otro lado, la creación de los primeros institutos de investigación y desarrollo tecnológico para la agricultura familiar: el Centro de Investigación y Desarrollo de Tecnología para la Pequeña Agricultura Familiar (CIPAF) y los institutos de investigación y desarrollo tecnológico para la pequeña agricultura familiar (IPAF)*” (Juárez, 2014: 61).

Finalmente, y sin agotar la cuestión, mencionamos la sanción de la Ley N° 27.118 “De Reparación Histórica de la AF para la construcción de una Nueva Ruralidad” (Ley de AF) en el año 2014, en el marco del “Año internacional de la Agricultura Familiar”,⁵⁶

⁵⁵ A pesar de que la inscripción al RENAF se ha planteado como un requisito obligatorio para ser sujeto “beneficiario” de las políticas públicas, aún hoy su alcance continúa siendo limitado. Considerando que los últimos datos censales disponibles (CNA 2002) registran la existencia de 251.116 EAP familiares, y aún con las diferencias metodológicas en las unidades de análisis utilizadas en cada caso, de acuerdo con datos publicados en la página oficial del RENAF, en Marzo de 2014 se hallaban registrados 86.721 Núcleos de Agricultores Familiares (NAF), de las cuales, el 28% (24.055 NAF) corresponden a la región del NEA y 10.852 (45% de estos últimos) a la provincia de Misiones.(RENAF, 2014). Disponible en: <http://www.renaf.minagri.gob.ar/documentos/InformeNacional2014.pdf> . Dichos datos fueron confirmados en conferencia por el Director Nacional de Identificación y formalización de los agricultores familiares en el marco del III Encuentro Nacional de Ferias Francas y Mercados Solidarios llevado a cabo en Junio de 2015.

⁵⁶ Declarada de interés por la FAO (Asamblea General de las Naciones Unidas, Res. 66/222, 2011).

dentro de la cual se prevén acciones específicas en materia de comercialización directa, pero que sin embargo aún se encuentra sin reglamentar⁵⁷.

Luego, particularmente en términos de políticas específicas de comercialización directa de la Agricultura Familiar, también se han dado algunas transformaciones normativas e institucionales que merecen destacarse (y que intentamos resumir en la Tabla 8 de la página 86).

En el año 2008, el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación crea la “Marca colectiva” como una herramienta para fortalecer la producción y comercialización a partir de la formalización de las marcas de los emprendedores de la Economía Social (incluyendo a la Agricultura Familiar), el acompañamiento en el diseño de imagen y en el asesoramiento para el registro ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI). Las “Ferias francas” de Misiones y su logo, son un ejemplo de marca colectiva.

Luego en el año 2009, en el ámbito del Ministerio de Agricultura de la Nación - Secretaría de Desarrollo Rural y Agricultura Familiar- y en convenio con el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, se crea el Monotributo Social Agropecuario como complemento del RENAF, a fin de generar herramientas de formalización de la Agricultura Familiar. Se trata de permitir el acceso al sistema de seguridad social básica (jubilación y salud) y a la posibilidad de emitir facturas, a “Costo cero” para el productor familiar.

Desde ambos Ministerios y en coordinación con los Ministerios de Economía y Finanzas Públicas y de Interior y Transporte, a fines de 2014, se establece también un convenio marco con 31 ferias francas (de las provincias de San Luis, Misiones,

⁵⁷ El proyecto de Ley preveía en su Art. 33 la creación de un “Fondo de la Agricultura Familiar” que incluía una partida presupuestaria de mil quinientos millones de pesos (a Dic-2014), sin embargo, tal artículo fue removido al momento de la Sanción de la Ley, dejando esta facultad a criterio del Poder Ejecutivo Nacional. Actualmente, diversas organizaciones sociales continúan reclamando la reglamentación de la ley y la aprobación de un presupuesto propio.

Formosa, Córdoba, Jujuy, Corrientes, Entre Ríos, Santiago del Estero, Mendoza y Buenos Aires) para incorporarlas a la “Red Comprar” y fortalecer así su comercialización.⁵⁸

Dicho proceso se complementa a su vez, con la reciente creación (por Res. 419/2015 del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación) del sello “Producto de la Agricultura Familiar” como una herramienta de identificación de productos de la Agricultura Familiar que *“se destaquen por su calidad, por su nivel de innovación en tecnologías socialmente apropiadas y apropiables, por la promoción de aspectos sociales, culturales, organizativos, y/o de uso sustentablemente responsable de los bienes naturales”*. (Res. 419/2015).

Por otro lado, a partir de la elevación de la Subsecretaría a Secretaría de Agricultura Familiar en el año 2014 se creó la “Dirección Nacional de Ferias Francas y Comercialización de la Agricultura Familiar”⁵⁹ cuyas principales líneas de acción eran: fortalecer las ferias de la Agricultura Familiar y otras formas de comercialización; favorecer la articulación entre el Estado y las organizaciones sociales; y, contribuir a la visibilización de las ferias en la sociedad a través de encuentros regionales, nacionales, etc.⁶⁰.

⁵⁸ “Campos Bilbao destacó la importancia de la Red COM.PR.AR al asegurar que brindará la posibilidad de “crear nuevos espacios de comercialización directa, fortalecer los ya existentes y realizar controles de calidad y precio” (“Agricultura trabaja para mejorar la comercialización de pequeños productores”. Comunicado del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación 22/12/14).

⁵⁹ Dicha dirección existe de hecho, pero aún aguarda su reglamentación y nombramiento oficial. En su momento, estuvo a cargo de Oscar Mathot, y actualmente de Juan Vera, ambos históricamente vinculados a las ferias de la agricultura familiar y a organizaciones sociales territoriales.

⁶⁰ Concretamente, para el eje de “fortalecimiento” la técnica mencionó: el trabajo de relevamiento de precios en articulación con el IPAF e INTA, tomando distintos puntos de ferias y mercados cercanos; gestión de Intercambio interregionales de productos de la AF; relevamiento y difusión de los registros normativos a nivel Nacional-Provincial- Municipal; Capacitación de los técnicos de la Secretaría. Dentro de este eje se destaca la recientemente creada RedNaCom (Red Nacional de Comercialización de la Agricultura Familiar y Economía Social), como una plataforma virtual de intercambio regional entre las organizaciones sociales. Para el eje de “articulación”: organización de reuniones anuales de balance donde participan referentes de las organizaciones y del ámbito público; Articulación con el Programa de Microcréditos y Red Comprar-Precios Cuidados. Y finalmente, para el eje de “visibilización”: Participan en la organización de encuentros nacionales y regionales de ferias (como el de Corrientes 2013; Luján 2014; La Pampa 2014; Azul 2014) que congrega a productores, feriantes, organizaciones y distintas

Por su parte, la Ley de Agricultura Familiar, prevé en el Art. 22 la acción en el tema de “Procesos productivos y de comercialización” (Título IV de la Ley) a partir de la cual se promoverá: *“La realización de ferias locales, zonales y nacionales, y pondrá especial énfasis en la conformación de una cadena nacional de comercialización”*; *“la promoción de marcas comerciales y denominaciones de origen y otros mecanismos de certificación, como estrategia de valorización de los productos de la agricultura familiar”*; y, la priorización en las contrataciones directas que realice el Estado Nacional para la *“compra de alimentos, productos, insumos y servicios provenientes de establecimientos productivos de los agricultores y agricultoras familiares registrados en el Registro Nacional de Agricultura Familiar (RENAF)”* (Art. 22, Ley N° 27.118). Respecto a este último punto de “compra pública”, resulta de interés a nuestra investigación en la medida en que se trata de formas alternativas de comercialización para la Agricultura Familiar, que guarden y respeten su forma de producción, consideren un precio “justo” para los AF, y se enmarque en un proceso más amplio de visibilización de la problemática alimentaria y de fortalecimiento de la Agricultura Familiar como actor político central en la producción y distribución de alimentos sanos. En ese sentido, desde el INTA se viene trabajando en la instalación de la temática y la realización de un diagnóstico regional acerca de experiencias preexistentes (como algunas ya mencionadas a lo largo de este trabajo) y sus potencialidades y limitaciones⁶¹. De entre ellas, vale mencionar la experiencia de FeCoAgro (Federación de Cooperativas Agropecuarias San Juan Limitada) que abastece de semillas hortícolas

organizaciones, no sólo como espacios de comercialización sino de discusión sobre las temáticas, necesidades que atraviesan a los productores y organizaciones

⁶¹ En la Conferencia-taller “Compras públicas a la Agricultura Familiar” organizado por el INTA y realizada los días 5 y 6 de Mayo del corriente año, los expositores mencionaron ejemplos de compra pública en diversas modalidades en países de América del Sur y Centroamérica (Brasil, Uruguay, Colombia, Paraguay, Perú, Bolivia, Ecuador, entre otros). Particularmente, se destaca la experiencia de Brasil con el Programa de Adquisición de Alimento (PAA) que funciona desde el año 2003 pero que desde el 2009 establece que el Programa Nacional de Alimentación Escolar (PNAE) debe ser abastecido en un 30% por alimentos de la AF.

al Programa PRO – Huerta (del Min. de Desarrollo Social de la Nación) desde hace 22 años.

Por su parte, el INTA ha dado lugar a diversos espacios que trabajan especialmente con la temática de las Ferias de la Agricultura Familiar⁶². Desde la Fundación ArgenINTA encontramos: el FACOMAF (Fondo de Apoyo a la Comercialización entre Ferias de la Agricultura Familiar); el proyecto UNIR (Unidad Integrada de apoyo a Iniciativas rurales) en sus líneas de “financiamiento”, “acceso a mercados”, “mejora y diferenciación de productos”, “capacitaciones”, y “ferias” específicamente; el programa de acceso a financiamiento, INTERRIS (Innovación Territorial Sustentable); y, el convenio con el Ministerio de Agricultura para el “Apoyo al desarrollo de espacios comerciales urbanos y periurbanos”(ECOS).

En la estructura de INTA, encontramos, dentro del Programa Nacional para Desarrollo y la Sustentabilidad de los Territorios, el proyecto “integrador” (un dispositivo programático en la estrategia institucional del INTA) "Tramas, mercados y estrategias de valoración y comercialización" que, a su vez, se compone de dos proyectos específicos (PE): el PE “Tramas productivas y valor agregado” y el PE “Mercados y Tramas comerciales”.

Luego, dentro del ámbito del ex Ministerio de Agricultura, identificamos también diferentes proyectos y programas orientados al fortalecimiento de ferias de la agricultura familiar. Entre ellos, mencionamos al “Proyecto de Fortalecimiento a las Ferias Francas y Mercados Solidarios”, dependiente del área de fortalecimiento institucional, y, el Programa Nacional de Ferias para el Desarrollo Local (PRONAFE) dependiente de la Subsecretaría de Agregado Valor y nuevas tecnologías del Ministerio

⁶² En forma tangencial el Programa Pro-Huerta, ejecutado a partir de la estructura del INTA y financiado por el Min. de Desarrollo Social de la Nación, también ha contribuido a generar espacios de comercialización a partir de los excedentes de producción familiar, aunque ello escapa a los objetivos fundantes del programa.

de Agricultura de la Nación. Éste último desarrolla el proyecto “apoyo al desarrollo de espacios comerciales urbanos y periurbanos” (ecos), en convenio con la Fundación ArgenInta.

Finalmente, mencionamos la creación en el ámbito del SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria), de la “Comisión de Agricultura Familiar del Senasa” (SENAF, Res. 187/2014). La SENAF es una estructura interinstitucional (de la que participan representantes del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca; de los institutos nacionales de Tecnología Agropecuaria (INTA) e Industrial (INTI) y de Alimentos (INAL), del Foro Nacional de Agricultura Familiar (FONAF), de las universidades nacionales (UNAF) y organizaciones sociales de representatividad nacional (MNCI, FNC, UAPA), creada a mediados del año 2014⁶³, para responder a las necesidades particulares de la Agricultura Familiar en materia de condiciones bromatológicas y sanitarias, para la seguridad alimentaria. Se encuentra dividida en dos subcomisiones: la primera trabaja sobre el Código Alimentario Argentino (CAA) en un capítulo específico para la AF que contempla requisitos para la habilitación de salas de elaboración acordes a la escala de producción, permitiendo incorporar nuevas tecnologías que garanticen la inocuidad de los alimentos y el correspondiente acceso a los mercados.. La segunda subcomisión abarca temas referidos a carnes y sus subproductos como chacinados y embutidos. De acuerdo a técnicos pertenecientes a la institución, dicha Comisión viene trabajando en la adecuación de las normativas vigentes en cuatro líneas: Habilitación de Salas de faena multiespecie; Pesca Artesanal; Tambo-Fábricas; y, Establecimiento de elaboración de chacinados y salazones.

⁶³ La Comisión de Agricultura Familiar del Senasa, realmente fue creada en el año 2009, y a partir de 2012 pasó a formar parte del Programa Nacional de Sanidad, Calidad e Inocuidad en la Pequeña y Mediana Producción Agroalimentaria, pero se mantuvo inactiva durante ese tiempo. Es recién a partir de 2014 que la Comisión toma forma y empieza a generar políticas en temas sanitarios.

Tabla 7. Hitos en la institucionalización de la AF en el período 2004-2015⁶⁴

Esfera/Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
Regional (Mercosur).	Creación de la REAF.					Reglamenta el Fondo de la AF del Mercosur.	Establece directrices para las políticas diferenciadas y financiamiento de la AF				Se declara el Año Internacional de la Agricultura Familiar por la FAO - ONU		
Nacional.		Creación de CIPAF e IPAF Región NEA -NOA y Pampeana.	Creación del FONAF (Foro Nacional de la Agricultura Familiar).	Implementación del RENAF (Registro Nacional de Agricultura Familiar).	Creación de la Subsecretaría de Agricultura Familiar de la Nación. (SAF)/ Implementación de la Marca Colectiva (MDS).	Creación de IPAF Región Cuyo/ Implementación del Monotributo Social Agropecuario a Costo cero.		Creación de IPAF Región Patagónica.	Creación del PRONAFE en el ex Min. de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación.		Creación de la SENAF (Comisión de AF del SENASA)/ Se crea la "Red Comprar" y se establece un convenio de incorporación a 31 ferias del país.	Promoción de la SAF a Secretaría de AF. / Ley de Reparación histórica de la AF para la construcción de una nueva ruralidad en la Argentina.	Formalización de la "Dirección Nacional de Ferias Francas y Comercialización de la Agricultura Familiar"/ Creación del sello "Producto de la AF"
Esfera/Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	

⁶⁴ elaboración propia en base a la búsqueda de información en diversas fuentes (medios de comunicación, boletines oficiales, trabajo de campo, informes institucionales, etc.).

Tabla 8: Instancias de política orientadas a la formalización y fortalecimiento de la comercialización en ferias de la AF a nivel nacional.⁶⁵

<i>Nombre del programa</i>	<i>Dependencia</i>	<i>Objetivo principal</i>	<i>Instrumentos</i>
RENAF (Registro Nacional de la Agricultura Familiar) y RENOAF (Registro Nacional de las Organizaciones de la AF).	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Secretaría de Agricultura Familiar. Dirección de Registro y Monotributo Agropecuario.	a) Brindar a los AF una identificación genuina, que les facilite acceder a las políticas que se implementen. b) Contar con un padrón de AF que permita agruparlos en diferentes categorías, según sus condiciones y necesidades, a los fines de diseñar y facilitar la implementación de políticas diferenciales. c) Contar en forma oportuna y permanente con información fehaciente, confiable y actualizada de todos los potenciales destinatarios de las acciones y servicios que el Estado disponga para el sector de la AF en todo el país. d) Construir otros indicadores de interés para el sector: socioeconómicos, ambientales, de sustentabilidad de la producción agropecuaria familiar y de los recursos naturales, como así también para estudios específicos.	Registro no sistemático y voluntario de NAF (Núcleos de Agricultores Familiares) y Organizaciones de la AF de todo el país.
Marca Colectiva	Ministerio de Desarrollo Social	Fortalecer la producción y la comercialización de los emprendimientos otorgándoles valor agregado y mayor visibilidad, además de garantizar su calidad. Por otra parte, promueve el compromiso social, fomentando el comercio justo y el consumo responsable.	El Ministerio de Desarrollo Social apoya a los emprendedores en la consolidación de sus marcas, los acompaña en el diseño de su imagen y los asesora en lo referido a los trámites necesarios para su registro ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INPI). La asistencia técnica apunta además a generar estrategias de valor agregado, de posicionamiento de la marca y de canales de comercialización.
Monotributo Social Agropecuario a Costo Cero.	Dirección de Registro y Monotributo Agropecuario. (MinAgri-MDS)	Facilitar y promover el ingreso de los AF a la economía formal.	Incluye: Aportes jubilatorios, cobertura de una Obra Social para el contribuyente y su grupo familiar. El productor/a podrá emitir factura oficial (factura de tipo “C”), ser proveedores del Estado por compra directa, acceder a otros canales de comercialización (venta a comercios e instituciones).
Programa Nacional de Ferias para el Desarrollo Local (PRONAFE)	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. Subsecretaría de Agregado Valor y nuevas tecnologías.	Organización y/o puesta en a disposición de los medios materiales y recursos humanos, de infraestructura y de logística necesarios y conducentes para que, de manera articulada y coordinada en cada provincia y sus respectivos municipios o departamentos, se logre establecer un ámbito físico destinado a la comercialización de productos agroalimentarios de producción local en forma directa a los consumidores de cada ámbito territorial.	a) Constitución de Ferias Locales; b) Contribución al asociativismo de los diferentes eslabones productivos locales; c) Asesoramiento técnico y productivo; d) Impulso de ámbitos de cooperación y asistencia entre los feriantes y los productores locales. e) Creación de mecanismos de articulación entre las diferentes Ferias de las distintas localidades del país; f) Asistencia técnica para la registración de productos y/o de establecimientos elaboradores.

⁶⁵ Fuente: Elaboración propia a partir de datos publicados en reuniones y congresos especializados, entrevistas a referentes y páginas oficiales de Internet.

<i>Nombre del programa</i>	<i>Dependencia</i>	<i>Objetivo principal</i>	<i>Instrumentos</i>
Programa de desarrollo de espacios comerciales (ECOS) urbanos y periurbanos.	Convenio de Colaboración MAGyP-INTA: PRONAFE y Fundación ArgenINTA.	Se apoyará la formulación, evaluación y financiamiento de proyectos de emprendimientos asociativos destinados a la comercialización y distribución en espacios urbanos de producciones locales. Esta operatoria se realizara a través de la presencia en territorio del INTA, los municipios y organismos provinciales con competencia en el tema sin exclusiones, quienes tendrán a su cargo la difusión y comunicación y el apoyo en la formulación e implementación del proyecto a ser presentado.	a) Infraestructura: adecuación de predios, mejoramiento de stands o puestos, equipamiento, etc. b) Asesoramiento y capacitación: en temáticas específicas de los proyectos, con técnicos del sector público, o privados contratados a tal fin, c) Logística: equipamiento para el traslado y la distribución de mercaderías, d) Comunicación y difusión: diseño y realización de estrategias y materiales, tanto para los productos como para los puntos de ventas.. e) Fondos rotatorios: para financiar la adquisición de insumos y equipamiento menor, que serán autogestionados por la organización.
FACOMAF (Fondo de Apoyo a la Comercialización entre Ferias de la Agricultura Familiar).	Fundación ArgenINTA	Diversificar la oferta de productos en las Ferias de la AF.- Intercambiar productos entre distintas regiones del país.- Aumentar la presencia y el interés de los consumidores en estos espacios de comercialización.- Generar un mecanismo financiero que fortalezca los procesos de comercialización de las Ferias y organizaciones de la AF.	Financiamiento del intercambio entre Ferias y/u organizaciones sociales de diversas regiones del país (de productos e insumos).
UNIR (Unidad Integrada de apoyo a Iniciativas rurales)	Fundación ArgenINTA-INTA	Facilitar el acceso a mercados, financiamiento y mejorar las estrategias de diferenciación de los productos de todos los actores del sector agroalimentario, agropecuario y agroindustrial interesados. Misión: Contribuir a que las iniciativas que surgen en los territorios incrementen su acceso a los mercados, el agregado de valor de sus productos y servicios y accedan a financiamiento, con el fin de mejorar la calidad de vida de los actores y las comunidades.	a) Asesoramiento técnico productivo b) Participación en Apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la Agricultura Familiar c) Reglamentación de los Micro emprendimientos en alimentos d) Capacitaciones en Escuelas, e) Avances en el trabajo conjunto con el Bancos de Alimentos, f) Mesa interinstitucional de productos cárnicos
UNIR (Unidad Integrada de apoyo a Iniciativas rurales) FINANCIAMIENTO.	Fundación ArgenINTA.- INTA	Atención de demandas puntuales de financiamiento. Asistencia para la conformación de fondos rotatorios autogestionados.	a) apoyo técnico y económico a iniciativas y proyectos de innovación tecnológica en el sistema agropecuario, agroalimentario y agroindustrial, para inventores e innovadores, b) sistema de Búsquedas de Fuentes de Financiamiento - SIFFSAA; c) atención de demandas puntuales de financiamiento; d) asistencia para la conformación de Fondos Rotatorios (Se acompaña a organizaciones de productores en el diseño y conformación de Fondos Rotatorios autogestionarios y su seguimiento; e) capacitación.

<i>Nombre del programa</i>	<i>Dependencia</i>	<i>Objetivo principal</i>	<i>Instrumentos</i>
UNIR (Unidad Integrada de apoyo a Iniciativas rurales) ACCESO A MERCADOS.	Fundación ArgenINTA-INTA	Apoyo en estudio de mercado. Asesoramiento en el diseño de un plan de mercadeo. Apoyo en gestiones comerciales para el mercado interno y externo.	a) Análisis de Mercados y Canales Comerciales; b) Acompañamiento en la elaboración de Estrategias Comerciales. c) Apoyo a las Estrategias de Ventas, Precios, Atención al Cliente; d) Apoyos a Ferias de la Agricultura Familiar (incluye: Aspectos organizativos de grupos de productores feriantes. Apoyo en la elaboración de proyectos para la búsqueda de financiamiento. Asistencia técnica en BPA y M, para el mejoramiento de las condiciones sanitarias en la elaboración y en ferias. Asistencia Técnica en presentación de productos, stand, desarrollo e implementación de estrategias de mercadeo para ferias. Clínica de Alimentos: Evaluación calidad organoléptica de los alimentos. Análisis de envases y etiquetas.); e) Gestión de Articulaciones Comerciales; f) Planificación Estratégica Básica.
UNIR (Unidad Integrada de apoyo a Iniciativas rurales) MEJORA Y DIFERENCIACION DE PRODUCTOS.	Fundación ArgenINTA	Evaluación y desarrollo de alimentos y marcas colectivas e individuales. Apoyo a la promoción de productos locales. Asistencia en implementación de sistemas de gestión de calidad y buenas prácticas.	a) Asesoramiento y Asistencia Técnica; b) Clínica de Alimentos (calidad organoléptica, envases y etiquetas, etc.); c) Mejora de productos; d) Educación Alimentaria y Nutricional; e) Calidad y Buenas Prácticas (producción y comercialización, inocuidad, denominaciones de origen, etc.), incluye asistencia técnica, diagnóstico y evaluaciones, y colaboración en la formulación de proyectos; f) Capacitación.
UNIR (Unidad Integrada de apoyo a Iniciativas rurales) FERIAS.	Fundación ArgenINTA-INTA	Fortalecer el trabajo con productores y elaboradores del país, brindándoles asistencia técnica, capacitaciones y acompañamiento en las temáticas de:- Aspectos organizativos de grupos de productores feriantes.- Apoyo en la elaboración de proyectos para la búsqueda de financiamiento.- Asistencia técnica en BPA y M, para el mejoramiento de las condiciones sanitarias en la elaboración y en ferias- Asistencia Técnica en presentación de productos, stand, desarrollo e implementación de estrategias de mercadeo para ferias.- Clínica de Alimentos: Evaluación de calidad organoléptica de los alimentos. Análisis de envases y etiquetas.	Talleres en:- Planificación de la feria- Gestión de Emprendimientos- Implementación de estrategias de marketing en ferias- Las Ferias en el enfoque de Economía Social y útiles para la Seguridad y Soberanía Alimentaria.- Educación Alimentaria y Nutricional.- ¿Cómo mejorar mis ventas y la atención al público?- Determinación de costos y fijación de precio. - Taller: Degustación de alimentos.- Elaboración de conservas de frutas y verduras en pequeña escala.- BPA y BPM.
INTERRIS.	Fundación ArgenINTA	Brindar apoyo económico y técnico a emprendimientos que, teniendo alta potencialidad para mejorar las condiciones de vida en el territorio donde se desarrolla, sin embargo cuentan con problemas para el acceso al crédito en el sistema financiero tradicional.	Financiamiento a emprendimientos agropecuarios, agroalimentarios o agroindustriales que apliquen tecnología desarrollada o avalada por el INTA; Actividades destinadas a facilitar la comercialización y acceso a los mercados; Actividades orientadas a concretar o fortalecer encadenamientos e integración productiva. Destino del financiamiento: Inversión y Capital de trabajo.

<i>Nombre del programa</i>	<i>Dependencia</i>	<i>Objetivo principal</i>	<i>Instrumentos</i>
Tramas, mercados y estrategias de valoración y comercialización.(Proyecto Integrador)	Programa Nacional para Desarrollo y la Sustentabilidad de los Territorios. INTA	Su objetivo general es comprender los procesos y las trayectorias de la construcción y apropiación social de valores en las tramas productivas y comerciales para fortalecer capacidades de actuación en los territorios y proponer alternativas de políticas públicas activas.	Se compone de dos Proyectos específicos “Tramas productivas y valor agregado” y el PE “Mercados y Tramas comerciales”.
Tramas productivas y Agregado de valor (Proyecto Específico).	Tramas, mercados y estrategias de valoración y comercialización. (Integrador)- INTA	Este proyecto específico (PE) se propone generar conocimientos y competencias sobre los procesos económicos, culturales y político-institucionales, ligados al desarrollo de tramas productivas y comerciales y la valorización de productos y servicios en los distintos niveles territoriales.	La estrategia de gestión consiste en integrar y consolidar un grupo de trabajo que proviene de distintos orígenes institucionales. Se organiza a través de 3 módulos temáticos: a) Tramas productivas e impacto en el territorio, b) Agregado y captación local de valor en el territorio, c) Patrimonización de productos/servicios con identidad territorial.
“Mercados y Estrategias Comerciales”	Tramas, mercados y estrategias de valoración y comercialización. (Integrador). INTA	Conocer las demandas de los distintos actores de la pequeña y mediana producción agraria y agro-industrial, como para proponer políticas públicas específicas en temas comerciales y de acceso a mercados identificados como problemas en el sistema de extensión de INTA	Módulos: • Modalidades alternativas de comercialización de la Economía Social y Solidaria. • Mercados, Canales y Tramas Comerciales.
Convenio de ferias con la Red COM.PR.AR	MinAgri, Min. Econ, MDS, Ministerio del Interior y Transporte.	Fortalecer diferentes instancias de comercialización alternativas por parte de pequeños productores y lograr que el consumidor pague un precio justo por lo que compra.	Convenio con 31 ferias y mercados solidarios de las provincias de San Luis, Misiones, Formosa, Córdoba, Jujuy, Corrientes, Entre Ríos, Santiago del Estero, Mendoza y Buenos Aires.
Dirección de Ferias Francas y Comercialización de la Agricultura Familiar.	Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. Secretaría de Agricultura Familiar.	Líneas de trabajo: (a) Promover las diversas modalidades de comercialización de los Productos de la AF. (b) Articular horizontal y verticalmente las temáticas en las diferentes cadenas y entramados productivos. (c) Promover estrategias de compra pública/estatal a la AF (d) Contribuir en el diseño de políticas públicas y normativas vinculadas a la comercialización en los territorios. (e) Apoyo para la participación de los AF en otros espacios relacionados con la comercialización	Actividades de: financiamiento a nuevas y antiguas ferias (infraestructura, fondos rotatorios y otros); capacitación y difusión; creación de un Registro Nacional de Ferias Francas y Mercados; Proyectos de Acopio y distribución; Favorecimiento de intercambios interprovinciales; apoyo a compras comunitarias de alimentos; creación de diversos dispositivos de venta (mercados locales, mercados concentradores, góndolas de la AF, etc.); Creación de Red Nacional de Comercialización; Relevamiento de productos de la AF; Trabajo de articulación interinstitucional; Generación de acuerdos con organismos públicos para compra pública; Relevamiento de normativas y articulación con SENASA para su mejora.

3.7. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO.

Como vimos en este capítulo, la AF ocupa un lugar relevante en la estructura social agraria de la provincia de Misiones. Los efectos de las políticas neoliberales durante los años 90, favorecieron procesos de concentración de la tierra y de las etapas de industrialización y comercialización de los principales productos agroindustriales, que significaron una crisis de reproducción de las explotaciones “colonas” y también llevaron a la organización de las primeras ferias francas. Aunque no fue parte del análisis decimos que en los últimos 15 años, con la vuelta del rol intervencionista del Estado en ciertos resortes de la economía, junto a una batería de políticas sociales populares, si bien se intentó revertir la brecha de desigualdad a partir de un enfoque de derecho, pareció haber sido insuficiente para revertir la tendencia. Consideramos que el mantenimiento de la dependencia de la entrada de divisas en base a la explotación agraria de monocultivo- con el consecuente proceso de valorización de la tierra, corrimiento de la frontera agraria, etc.- permite inferir que dicho proceso no se ha revertido, sino profundizado. Por su parte, la ausencia de nuevos datos censales confiables sobre la evolución de la AF y la parcialidad de los datos aportados por el RENAF, impiden cuantificar el proceso. En ese marco estructural, el objetivo de este capítulo fue contextualizar tanto el surgimiento de las ferias en la década del 90 y del MCZ, como la evolución de las políticas públicas orientadas especialmente a la comercialización, tanto a nivel local como nacional.

En el nivel local, desde el surgimiento de las primeras ferias, en un contexto de crisis, dicho fenómeno no ha cesado de crecer, incluso ya en un contexto de crecimiento del mercado interno. El pasaje de 22 ferias en el año 2000 a 55 ferias en el 2015, son un reflejo de ello. Es decir, que más allá del contexto de crisis, el modo de comercialización en ferias ha continuado fortaleciéndose. En el marco de la orientación

de las políticas públicas más generales, ello podría estar indicando dos elementos complementarios: por un lado, que el proceso feriante resulta “exitoso” como mercado alternativo y acorde a las prácticas de la AF; y por otro, que la tendencia de concentración y expulsión de productores del sector rural se continúa acentuando, y ello hace necesaria la búsqueda de ingresos alternativos a través de las ferias.

Por otro lado, en relación a la evolución de las políticas, los autores mencionados (Manzanal, 2000; Carballo et al, 2004; Oviedo, 2010; Lattuada et al. (2011); Nogueira (2013); Juárez, 2014; Arzeno et al, 2015) permiten observar un cambio en el sentido de las políticas respecto de la década del 90, aunque con ciertas contradicciones. Así, en el ámbito provincial, Oviedo (2010) refiere a un viraje de enfoque desde “*políticas alimentarias compensatorias*” hacia “*políticas de ingresos y de precios*”; mientras que Arzeno et al. (2015) hacen hincapié en el rol otorgado a la AF como proveedora de alimentos a partir de un discurso de SA, pero que contradictoriamente reproduce prácticas productivistas propias del modelo competitivo neoliberal. A pesar de ello, lo que se observa en las políticas locales es un mayor trabajo interinstitucional, intentando reemplazar los modelos atomísticos, descoordinados y solapados de la época anterior, hacia modelos de gestión de políticas más integrales. En la provincia de Misiones ello se observa en los diferentes ministerios involucrados en la promoción de la AF como proveedora local de alimentos, a partir de las políticas del Min. del Agro y la Producción, del Min. de Salud Pública, del Min. de Desarrollo Social y del IFAI, principalmente. Entendemos, que en ese marco cabe lugar al surgimiento del MCZ, no como respuesta a un estado de crisis de reproducción, sino como política de fortalecimiento de las condiciones de comercialización de la AF.

Por otro lado, a nivel nacional, se observa un proceso similar. En este caso, el auge de nuevas ferias fue promovido desde las políticas públicas, adoptando características

particulares en el resto del país, en tanto en muchos casos no solo congregaron a productores rurales sino también a emprendedores urbanos.

En relación a la evolución de las políticas, constatamos lo que sugiere Juárez (2014) en cuanto al surgimiento de nuevas políticas; al rediseño de políticas existentes y la generación de políticas específicas; y, al desarrollo de políticas sociales generales para fortalecer las condiciones de reproducción social de la AF. En ese sentido, el surgimiento de nuevas ferias a partir del año 2007/08 coincide con el proceso de institucionalización que mencionamos en diversos ministerios y órganos autárquicos, como parte además de un proceso más amplio de institucionalización de la Economía Social. Aunque evaluar los alcances y limitaciones de las intervenciones puntuales, consideramos que excede los objetivos de este trabajo, destacamos que en la mayoría de los casos, las políticas detectadas no se limitaron a la constitución de ferias sino a generar condiciones de comercialización que implicaron la articulación de diversos dispositivos: capacitación técnica (productiva, bromatológicas, legal, sanitarias, de mercados, etc.), tecnologías sociales (microcréditos, marca colectiva), asistencia económica y financiera, generación de procesos de integración y agregado de valor, creación de vínculos e intercambios entre ferias de todo el país y conformación de otros tipos de mercados o centros de acopio.

Finalmente, mencionamos que en virtud de la Ley nacional de AF y dado el grado de avance institucional alcanzado, se apreciaba la potencialidad de instalar “mercados institucionales” (de compras públicas a la AF), como un salto cuantitativo de los esfuerzos de gestión previos. Sin embargo, el giro en las políticas recientes permite avizorar un retroceso en el reconocimiento logrado y una profundización de las condiciones de exclusión de la AF y la economía popular en general.

CAPÍTULO IV

4. LA GESTIÓN COLECTIVA DE UN MERCADO: RESCATE DE LA EXPERIENCIA DE LAS FERIAS FRANCAS DE MISIONES.

4.1. INTRODUCCIÓN.

Las ferias francas representan un fenómeno social y económico donde, como construcción de mercado alternativo, se disputa la capacidad de coordinación y organización para el sustento del ser humano, aspectos que la economía tradicional le asigna al mercado y al sistema de precios. Como proceso político, además, las ferias revelan la capacidad de la organización popular de transformar el orden instituido hacia condiciones más favorables a los intereses, necesidades e identidades de los agricultores familiares. Pues, constituyen un proceso político de legitimación de prácticas que se orientan a la integración social de los productores en tanto reivindican su forma de vida y producción, logrando además el reconocimiento social a nivel local y nacional. Como proceso político también constituyen una alternativa al vínculo subordinado de los pequeños productores con las cadenas agroalimentarias más concentradas, que tienen el poder de establecer condiciones de contratación y pago, disputando la “irreversibilidad” de tal condición. En ese sentido decimos que las ferias contribuyen al ejercicio de la Soberanía Alimentaria en tanto intentan fortalecer la producción local de alimentos y los circuitos cortos de comercialización. Un productor e integrante del MAM, lo resumía así:

“Además de la fuerte lucha por la tierra...el desafío más grande que tuvimos en ese proceso fue el del precio de los productos y de la comercialización de los productos. Por ahí los productos tradicionales si bien siempre se pudieron comercializar, tuvieron el problema del precio y las nuevas producciones que fueron surgiendo, tienen el problema de la comercialización. Y tampoco ahí aparece el Estado digamos con una matriz o un esquema que permita que un productor pudiera ubicar sus productos, esto se transforma en una lucha del productor. En las

discusiones que teníamos identificábamos dos problemas: uno era cómo afectábamos la intermediación (como vender de manera directa) y por otro lado, cómo le damos valor agregado a esa producción, al producto. Porque la renta del valor agregado se lo terminaban quedando los productos pero no el productor. Y de ahí surge la idea de las Ferias Francas. Iniciamos ese proceso que después se transformó en un proceso exponencial, en un proyecto del productor y de las organizaciones.” (Integrante de MAM, Conferencia brindada en las Octavas Jornadas de Investigadores Regionales, 12/09/2014, Posadas, Misiones).

Es decir, que el proceso feriante no es sólo una iniciativa organizacional sino que es parte de la disputa por la apropiación del valor creado en el trabajo de los agricultores familiares.

De acuerdo con lo anterior, el objetivo de este capítulo es identificar aquellas prácticas institucionalizadas en las ferias donde se manifiesta una coordinación de la producción, distribución, circulación y consumo de alimentos de la AF, ya sea a partir de prácticas micro como meso socioeconómicas. Recurrimos para ello a una reconstrucción teórico-empírica, tanto a partir de los datos recabados durante el trabajo de campo como a la revisión bibliográfica. El fin es detectar aquellas instancias particulares de la gestión popular de las ferias y analizar qué implicancias tienen sobre las relaciones de producción, de reciprocidad, redistribución e intercambio para el autosustento familiar (Ver en Anexo, Tabla 11: “Sistematización de las prácticas institucionalizadas en las ferias de la AF y el MCZ”).

En tanto mercado alternativo, las ferias se constituyen primero como una estrategia de resistencia, y luego, como un desafío organizacional frente a lo que implica la coordinación colectiva de un mercado. Así, encontramos en ellas, prácticas de organización interna y externa que generan una coordinación particular de la producción y de la comercialización, así como instancias de autorregulación colectiva que resguardan la sostenibilidad de la experiencia. Luego, también, las diversas instancias de articulación y participación de las organizaciones de ferias, permiten llevar esa

organización a una escala meso socioeconómica. En términos de las prácticas para la reproducción ampliada de la AF, nos referimos tanto al vínculo estrecho entre la UD y las prácticas feriantes que hacen a la autarquía “individual”, como a las prácticas que construyen una forma colectiva de autarquía. Finalmente, nos referimos a las prácticas recíprocitarias y redistributivas que caracterizan a las ferias como mercados que buscan asegurar el sustento de los productores a partir de prácticas de mayor solidaridad y simetría en los vínculos.

4.2. EL PRINCIPIO DE COORDINACIÓN EN LAS PRÁCTICAS DE ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y CONSUMO DE LAS FERIAS.

~ LA ESCALA MICRO SOCIOECONÓMICA DE LAS PRÁCTICAS FERIANTES.

En las ferias, como diferenciaba Coraggio (2011), la organización de la producción, circulación, y consumo se lleva adelante a partir de una “gestión directamente participativa”. Ello se observa en su historia de conformación y constitución legal como Asociaciones Civiles, donde es posible expresar y encontrar instancias de decisión colectiva que regulan internamente su accionar. Sobre ello, en principio, la bibliografía consultada refiere a una estructura organizacional conformada en términos generales por una Comisión directiva, la Asamblea de socios y una comisión fiscalizadora (Colman, 2009). A partir de estas instancias es que cada feria expresa los principales objetivos de su organización y las funciones que asumen sus integrantes, no como un proceso lineal, continuo y progresivo, sino más bien como un proceso simultáneo, de avances y retrocesos, de aprendizajes, de aciertos y también de situaciones críticas que conllevan cambios. Al conformarse como organización cada feria establece los acuerdos marco dentro de su estatuto, consensuando en asamblea los lineamientos generales; en algunos casos, con el pasar del tiempo y la experiencia de los feriantes también suele generarse un reglamento interno que regula mecanismos de incorporación de nuevos feriantes,

origen de la producción, horarios y días de atención, mecanismos de determinación de precios, etc. Vale decir, la constitución de las ferias como mercado regulado o “mercado solidario” (Melo de Lisboa, 2004) se establece en base a acuerdos explícitos (que en algunos casos pueden ser plasmados en sus estatutos y reglamentos internos) e implícitos, que coordinan dichos procesos. Como lo caracterizaba Polanyi (2011), se trata de un “comercio administrado”, pero inserto en el sistema de mercado.

En términos de la producción, por su origen frente a la “emergencia social”, en principio las ferias se han restringido a ofrecer el excedente de la producción para autoconsumo de las familias de zonas locales. Del relato de los propios feriantes y documentos revisados (Colman, 2009; García Guerreiro, 2010; Cittadini, 2010; Alcoba, 2011; Centeno, 2013), se observa una primera instancia de convocatoria a productores locales que estén dispuestos a llevar su propia producción a la feria. Sin embargo, eso no significa una planificación a priori de los productos a ofrecer, sino más bien el establecimiento de ciertos criterios de presentación y de aceptación de los mismos a partir de una oferta preexistente. Los referentes de las ferias visitadas nos comentaban que parte del trabajo de la Comisión Directiva es “aprobar” o no el ingreso de nuevos feriantes, de acuerdo, entre otras cosas a la variedad de productos ofrecidos en la feria y por el productor, intentando evitar así cierta competencia entre ellos y dando lugar a la complementariedad. En el caso de las ferias de Posadas se da la particularidad de congregar a productores de diversos puntos de la provincia (desde San Pedro al norte provincial hasta localidades más cercanas como Andrade o Roca), confluyendo una diversidad de productores y realidades territoriales, mientras, que la generalidad de las ferias se componen de productores de zonas más próximas que comparten realidades territoriales semejantes. En complemento, los referentes también mencionaban el rol del

consumidor, como un agente que interviene indicando sus preferencias de consumo, más allá de los precios, relativizando aquella idea de “competencia”.

“Hoy vas a ver una variedad de productos que se fueron agregando...que siempre yo digo que la feria es una escuela, los productores son los alumnos y los consumidores son los profesores, porque ellos son los que te van exigiendo y te van pidiendo cosas y vos vas llevando ni bien lo que ellos te piden. Y ese apoyo de los consumidores, espectacular, porque en épocas de crisis, que hay poca producción, lo mismo viene la gente”.
(Feriante de Posadas, 14/09/2014, Posadas, Misiones).

En otros casos, los estatutos o reglamentos internos, dan prioridad o exclusividad al origen de los productos y su forma de producción (que se traten de productores locales, de producción “orgánica” o con mínima aplicación de agroquímicos, que no sean productores tabacaleros, etc.). Respecto de las cantidades y la estacionalidad de la producción, éstas no son variables que se decidan desde la feria, sino desde la propia realidad del feriante; cada productor trata de llegarse a la feria con la mayor diversidad que le es posible, para compensar los bajos volúmenes que produce y puede transportar, pero también, porque está condicionado por la estacionalidad de las producciones. Si bien, tanto desde las políticas públicas como desde la misma organización, desde hace algunos años se ha promovido la producción bajo cubierta (invernáculo) y mejoras técnicas en la producción animal, la ausencia de datos cuali y cuantitativos no permite dimensionar la generalización de estos usos, ni su impacto en la organización del trabajo familiar. Para algunos feriantes ello representa una limitación a las posibilidades de comercialización que restringe la actividad feriante sólo a los productores más pequeños. La bibliografía, por su parte, refiere a la dificultad que significan las ferias para obtener una rentabilidad mayor a la que los productores obtenían mediante la comercialización de cultivos de renta (especialmente yerba). Así lo rescataban Carballo

(2000)⁶⁶ y Ricotto (2002) al observar las limitaciones planteadas por los feriantes en cuanto a las posibilidades de crecimiento y capitalización, frente a situaciones pasadas en que la renta de los cultivos industriales lo permitía. A pesar de ello, los autores destacan la importancia de las ferias en la generación constante de ingresos a lo largo del año y relativizan tal afirmación al discernir entre la diversidad de situaciones que atraviesan los feriantes y el lugar que ocupan los ingresos de la feria en sus estrategias de vida (desde aquellos que están insertos en cadenas productivas y tienen un nivel mayor de capital para los que los ingresos de la feria son relativamente menos importantes, a aquellos que mayormente venden su fuerza de trabajo fuera de la chacra y los ingresos feriales son un aporte importante a la economía familiar). Por otro lado, la presencia de “segundas generaciones” de feriantes en los puestos así como las mejorías en las condiciones materiales objetivas observadas (por el relato de los referentes, en los comienzos de las ferias, muchos de los productores llegaban a la ciudad vía el transporte público, y los puestos de feria se encontraban a la intemperie, aún los días lluviosos) así como la multiplicación de las experiencias a escala nacional, darían cuenta de la efectividad de las ferias como parte de las estrategias de reproducción social de la AF⁶⁷. Así lo describía el ex presidente de la Asociación provincial de Ferias Francas:

“Siempre estamos compartiendo todo lo que es la parte del NEA, acá la compañera del Chaco también, como también de Formosa, nosotros podemos ver el crecimiento y ¿Sabe que es lo que nos llena de orgullo? Cuando nosotros vemos un productor que anteriormente venía con una bicicleta a la feria, hoy está viniendo con una Hilux o una S-10 o una Ranger. Eso, es lo que nos llena de orgullo y de placer y de saber que el trabajo que nosotros estamos haciendo no es en vano, que nosotros estamos brindando una fuente de trabajo. La Feria Franca es una fuente de trabajo para toda aquella persona que quizás si no tuviera una

⁶⁶ Así lo retrataba el autor, a partir del testimonio de una feriante “lo que yo siempre sigo sosteniendo o diciendo, con las ferias nadie progresa mucho, lo que nosotros estábamos acostumbrados en años de buenas cosechas y de buenos precios para nuestros productos.” (Carballo, 2000: 17).

⁶⁷ Así, si bien el origen de las ferias se asocia a condiciones de crisis socioeconómicas, la expansión de este modelo de coordinación que se da en esta década, se da en un contexto de expansión del mercado interno y recuperación de la capacidad de demanda de los sectores populares, a partir de la propia política universalista de redistribución nacional.

posibilidad de trabajar, de crecer.” (Discurso del ex presidente de Interferias en el encuentro de ferias realizado en Luján, Pcia. De Buenos Aires en Agosto de 2014).

Por su parte, la gestión de la infraestructura y logística para la comercialización, se realiza de manera parcialmente autogestiva⁶⁸. En el caso de las ferias de Posadas, por ejemplo, el uso semanal de los predios posibilita ocupar temporalmente galpones o salones cedidos por la municipalidad o clubes sociales. Aunque no siempre ha sido así, tanto en Posadas como en Oberá, las primeras ferias se realizaban con puestos a la intemperie y sin cobertura. La mejora progresiva en las instalaciones (con la conexión de luz, puestos techados, y en algunos casos contar con algún depósito y baños) ha sido posible, gracias a esa gestión común de fondos y a la hibridación de recursos⁶⁹, facilitando también la presentación y conservación de los alimentos (pudiendo utilizar freezers individuales por ejemplo). En cuanto al transporte, se observan tres situaciones diferentes: aquellos feriantes que cuentan con transporte propio, los que logran organizarse para contratar un flete y los que apelan al transporte público. En ese sentido, las ferias como organización no se dan una estrategia común para resolver el transporte, sino más bien (a veces) esto se resuelve en la coordinación de los propios productores.

Esto se llevaba el comentario de un entrevistado:

“Si bien ellos nunca se quejaron, porque las veces que venían con productos comercializaban o se iban con plata pero el sacrificio es muy grande al final. Porque para que ellos estén a las 5(AM) acá, el Viernes tienen que pasarse laburando en su chacra para preparar todo para poder salir, y ya te digo dependiendo de la distancia y del medio de transporte que vengan. Si había un vago que salía de la casa el Viernes 7 (PM) para llegar acá 4 o 5 (AM) salía después a la media tarde y llegaba a media noche a su casa. Él se levantaba porque tenía 20 años pero después de 4, 5 años de hacer eso no sé si va a estar muy convencido de que es la actividad que más le conviene.” (Funcionario del Ministerio del Agro y la Producción de Misiones, 18/09/2014, Posadas, Misiones)

⁶⁸ Entendemos a la autogestión como al “conjunto de prácticas sociales que se caracterizan por la naturaleza democrática de las tomas de decisión, que favorece la autonomía de un “colectivo” (Albuquerque, 2004: 39)

⁶⁹ La hibridación de recursos refiere a la “combinación” de recursos de diversas fuentes: mercantiles y no mercantiles (venta de bienes o fuerza de trabajo en el mercado, subsidios del Estado y/o trabajo voluntario, por ejemplo).

Es decir, el transporte se constituye en uno de los cuellos de botella de la comercialización para algunos feriantes. En algunos casos por no contar con movilidad propia, en otros porque las condiciones de los caminos rurales impiden o dificultan la salida de los campos, o, porque están condicionados a la oferta de transporte público (horarios, precios y posibilidades físicas de cargar bultos en los micros).

Por otro lado, la instalación de una feria en un espacio público requiere como primera medida la aprobación de ciertos organismos locales que establecen algunas pautas de funcionamiento. Así, es el municipio junto a las instituciones de control sanitario, quiénes disponen de la aprobación de dicho emprendimiento y establecen pautas sanitarias, bromatológicas y de comercialización (precios) (en algunos casos se trata del requisito de tramitación de una “libreta sanitaria” que contempla asegurar el control tanto del estado de salud del feriante como de las prácticas de manipulación de los alimentos). En lo observado, tales condicionantes externos son internalizados a partir de la autoobservación y de las prácticas de control colectivo. Ello es especialmente así en las ferias más pequeñas donde cada feriante vela por el cumplimiento de las normas comunes (uso de delantal y cofia, ubicación de los alimentos a determinada altura del piso, exposición de balanza, etc.). En las ferias más grandes, el control social se dificulta por la escala y los alcances de la organización.

De la misma manera, la organización de la feria también se da en relación a su entorno, dado que su instalación también tiene repercusiones en la vida pública. Así, por ejemplo, en los inicios de las Ferias de Posadas, se comentaba la disconformidad de los comerciantes locales para aceptar su instalación en las cercanías. Sin embargo, la organización se presentó y se adecuó como una experiencia complementaria a partir de sus particularidades (la existencia de una gran diversidad de alimentos de las chacras, los días acotados de funcionamiento, la oferta de alimentos a precios accesibles) y en el

mediano plazo tuvo un efecto sinérgico sobre la comercialización de los comercios aledaños (puesto que tanto feriantes como consumidores recurrían a ellos para hacer “la provista”). En otros casos, también en Posadas, la feria propició la instalación de puestos de la economía popular en las calles adyacentes que aprovechan la concurrencia de gente para revender distintos tipos de productos (ropa, bijouterie, mates, juguetes, artículos de bazar, etc.). En este caso, la tensión por el uso de los espacios públicos y por la “confusión” entre la identidad de los feriantes y los comerciantes, ha llevado a las autoridades municipales a recurrir a la organización de las ferias, para que intente generar ciertos acuerdos de convivencia o incluso, incorporación dentro de la feria.

Luego, cada feria adopta una dinámica de comercialización propia. Generalmente, la feria reúne a productores zonales que entre sus diversas estrategias de venta, dedican uno o dos días de la semana a la comercialización en la feria. Más allá de los vínculos de confianza que se comparten, también ellas no están exentas de prácticas contradictorias. Por ejemplo, es sabido que uno de los requisitos para participar en las ferias consiste en comercializar la producción propia o del colectivo que se representa; sin embargo, en algunas situaciones se ha detectado la reventa de ciertos productos externos. A pesar de tal contradicción, el control social que opera hacia dentro de cada feria, permite en algunos casos, revertir la situación, o darle cierto orden (es decir, que operan acuerdos implícitos que sin legitimar las prácticas las permiten, puesto que generalmente los productos que se traen buscan “complementar” la variedad ofrecida por los productores, no reemplazarla y su eliminación de la feria atenta contra la estrategia de ingresos de las familias).

Así, se tratan entonces de productores que organizan un espacio de comercialización común, que comparten ciertos criterios (de producción, sanitarios, en algunos casos tecnológicos y sociales) cuya participación depende de “lo que tengan para ofrecer”.

Desde muy temprano, cada productor organiza su mesa, y en el mismo proceso se consulta con sus vecinos de mesa, cuál es el precio de referencia de los productos, para decidir cuál será el de sus productos. Es decir, los precios son elegidos en forma individual⁷⁰, y de acuerdo a lo que nos decía un feriante, algunos suelen tener en cuenta los precios de los mercados cercanos. En otras ferias se llegan a consensuar precios máximos y mínimos para que cada feriante decida su propio precio dentro de un rango general. Pues además, la aprobación municipal del funcionamiento de las ferias exige a cambio que los precios de las mismas sean inferiores a los precios de los locales comerciales. Más allá de eso, la determinación del precio no pareciera constituir una variable realmente significativa para el feriante. Sobre esto, (Schiavoni, 2010), alude a que los ingresos de las ferias son concebidos como parte del “dinero doméstico”, es decir, como aquel destinado a los gastos de supervivencia y que no puede ser sujeto de estimaciones contables, de manera que la determinación del precio (de venta y de los costos) pasa a constituir una variable menos significativa.

Desde otra perspectiva, así lo resaltaba un referente del Ministerio del Agro y la Producción:

“No... El tema pasa porque el productor no hace costo ... porque no tiene conocimiento y no , y es algo que siempre se dijo que es necesario hacerlo pero nunca se hace entonces, que le fijen el precio o que el fije el precio no tiene mucho sentido si no sabe cuál es el costo. Yo varias veces intente hacer costo con algunos productores les enseñe algunas planillas, pero no tienen la cultura de ir anotando el tiempo que le lleva cada una de las actividades y entonces, él lo único que sabe es que si viene acá comercializa y lleva 100 pesos con eso vive una semana entonces es incentivo suficiente para que vuelva el otro sábado.”
(Funcionario del Ministerio del Agro y la Producción de Misiones, 19/09/2014, Posadas, Misiones).

Es decir, el requerimiento de establecer estructuras de costeo, no sólo no son percibidas

⁷⁰ “Estoy muy orgullosa de ser feriante, porque el productor es quien pone su propio precio. Hoy vemos que luchan por el precio de la yerba, del té y el tabaco, pero en la feria franca los productores ponemos nuestro propio precio”, subrayó Marina Santander de Peñalva, una de las primeras feriantes.” Fuente: “Ferias francas: empezaron con 7 productores, ahora son 2.500” (diario digital “territorioidigital.com” 30/08/2010).

como necesarias, sino que además, los ingresos esperados están estrechamente ligados a las necesidades domésticas, antes que a la retribución del trabajo u otros factores.

Por otro lado, el volumen de productos que se lleva a la feria no está sujeto al control de la organización; así por ejemplo, una feriante nos mencionaba que algunos de ellos hacen mazos de verduras de menor tamaño por el mismo valor que los demás, no como una práctica ilegítima sino como las condiciones de venta que cada uno establece de acuerdo a sus condiciones. Es decir, que cada feriante decide, de acuerdo a su capacidad, la cantidad y variedad de productos que va a llevar: *“Pero las ventajas que tiene el feriante es que trae poco cuando tiene entonces no hay un compromiso de continuidad como puede haber en una cadena formal.”* (Funcionario del Ministerio del Agro y la Producción de Misiones, 14/09/2014, Posadas, Misiones). Es decir, antes que al precio, las cantidades de productos llevadas a la feria están tensionadas por distintas variables simultáneamente: la realidad del feriante -a su necesidad por un lado (porque es parte de lo que consume y porque también lo que puede comercializar por otras vías) y a su capacidad de trabajo por otro-, a la estacionalidad de los productos, a las preferencias de los consumidores y a las posibilidades de transporte.

En relación al consumo y los consumidores, las Ferias Francas han significado una transformación en varias dimensiones. El arribo de los agricultores familiares a las calles de las ciudades, tiene un valor simbólico e intersubjetivo, que pone frente a frente la problemática urbana con la rural. Entre los consumidores consultados, coincidiendo con las conclusiones del trabajo de Carballo (2006), éstos se inclinan por las ferias en busca de productos de calidad (entendido como productos frescos principalmente) y buen precio (más bajos que los de los comercios locales). Es decir, por un lado, son una respuesta a la crisis de reproducción de las chacras familiares, pero también un lazo a una forma de alimentación sana. En ellas, los consumidores urbanos se reconocen a sí

mismos en el acto de consumo como parte de aquella forma de vida de la que aún más o menos directamente permanecen ligados (esto es más evidente en Misiones, que aún se trata de una provincia mayormente rural).

En las mesas de las ferias es posible encontrar una gran variedad de productos de la chacra: de huerta (tomate, cebolla de verdeo, lechugas, choclos), frutas, panificados, carnes (pollo, vaca, conejo, cerdo), huevos, pescados, encurtidos, chacinados, mermeladas, conservas, hierbas aromáticas y medicinales, yerba, té, etc. Cada mesa da cuenta de la diversidad productiva de las chacras misioneras (de una forma de vida), y se convierte en un factor disruptivo del orden urbano, a diferencia de los locales urbanos o supermercados que comercializan los productos en forma seriada (lácteos, frutas, verduras, etc.). Ese rescate de la diversidad, tiene su propia fuerza emancipadora al declararse como legítima en las calles de la ciudad. Como lo decía un feriante:

“...Y...hay mucha gente que viene de otra provincia y tiene otros consumos que acá no se hace...entonces, viste...ahí apareció la rúcula, el pachuli, empezaron un montón de productos que no se hacían acá. Y hoy se hace y se van haciendo porque los jóvenes están viendo y van tratando de hacer, y es un producto más que se integra a la mesa. Porque si (el feriante) hace cebollita, lechuga y acelga, el consumidor pasa de largo; entonces si vos tenés la mesa bien...que llame la atención...el consumidor viene todos los fines de semana a tu mesa, así salga más barato en la mesa de al lado”. (Feriante de Villa Cabello, 14/09/2014, Posadas, Misiones”
(lo entre paréntesis es nuestro)

Aunque no se observe una acción organizada del consumo, ni se de una organización de los consumidores que promueva una problematización de las formas de vida que hay detrás de los diversos productos de las ferias, consideramos que, como lo demuestra la cita anterior, son actores imprescindibles en la organización de la producción y comercialización.

Así también, la variedad de productos, la calidad y también los precios de los mismos, interpelan las formas de consumo de la población urbana y reflejan la verticalidad de las relaciones de poder en las cadenas de comercialización de alimentos, dándole al

consumo un sentido político también. Ello se evidencia en las leyendas que se publican en las ferias: “del productor al consumidor”, “de la chacra a su mesa”, etc. Las ferias se transforman en espacios de encuentro “entro lo urbano y lo rural”, donde los vínculos de confianza y solidaridad que se establecen dotan al consumidor urbano del carácter de “aliado” para el agricultor familiar, diluyendo la distancia entre producción y consumo. Finalmente, consideramos que la coordinación como mercado regulado se da también a partir de prácticas de autorregulación colectiva que contribuyen a sostener el objetivo social y político original de la experiencia, pero que además dan cuenta de que estos procesos no están exentos de conflictos y contradicciones. En las prácticas precedentes hemos mencionado cómo las prácticas de autorregulación aparecen en la internalización de condicionante externos (requisitos formales del municipio, bromatológicos, de precios, etc.) e internos (respecto del origen de los productos, de la actividad de los feriantes, etc.). En las prácticas cotidianas de las ferias, ello se expresa en el trabajo de las Comisiones Directivas⁷¹ por controlar el origen de los productos (que provengan de las chacras misioneras) o, como se reflejaba en los diarios, en el esfuerzo de la organización de ferias de Oberá por evitar aumentos de precios en épocas de mayor demanda:

“Eugenio Kasalaba, presidente de la feria franca zona Centro. Adelantó que revisarán los precios de los productos más vendidos: “El lunes a las 8 nos reunimos en el cine teatro Oberá y vamos a rever un poco el tema de los precios, ya que hay bastante disconformidad dentro de la clientela de la feria porque algunos están cobrando más que los precios fijados, eso lo vamos a analizar entre todos y esperar que los productores cumplan para que los clientes sigan eligiendo comprar en la feria franca”” (Fuente: “Aumentos y escasez en alimentos para el consumo de Semana Santa” Diario digital “territorioidigital.com” 6/04/2014).

En otro nivel, durante nuestro trabajo de campo, observamos también la manifestación de estas prácticas en un conflicto entre la Asociación Provincial de Ferias Francas y la

⁷¹ “A partir de junio la Asociación de Ferias Posadas y el Ministerio del Agro harán inspecciones y sancionarán a feriantes que expongan frutas y verduras obtenidas del Mercado Central, desplazándolos de sus stands” (“Echarán de las ferias a colonos que vendan productos de otras provincias”, diario digital territorioidigital.com 21/05/2014).

Asociación de Ferias Francas de Posadas, frente a los reclamos del uso no consensuado de los fondos de la organización (provenientes tanto del Ministerio de Agricultura de la Nación como del presupuesto provincial)⁷². Tal conflicto afectaba los acuerdos de redistribución interna de la organización destinados al fortalecimiento productivo y comercial y deslegitimaba las prácticas representativas de la organización provincial. Sin embargo, ello culminó con la elección de un nuevo presidente de “Interferias”, logrado a través de la elección democrática de los socios.

~ LA ESCALA MESO SOCIOECONÓMICA DE LAS PRÁCTICAS FERIANTES.

La organización de la producción, comercialización y consumo alcanza niveles meso a partir de la conformación de instituciones de representación política de las Ferias de la AF. En el nivel local, nos referimos a la Asociación Provincial de Ferias (o Interferias) que como se mencionó en el capítulo de contextualización (Ver. Capítulo III, apartado 3.3) fue pergeñada ya en los comienzos de las primeras ferias. Sin embargo, a lo largo de estos 20 años de ferias francas, y especialmente en los últimos diez años, la aparición de nuevas ferias en todo el país ha dado lugar a la conformación de nuevas instituciones de representación política de las Ferias de AF, como son las Asociaciones provinciales de Corrientes y Chaco o la conformación a mediados de 2015 de una organización de tercer grado, la Cámara Nacional de Feriantes de Ferias Francas de la República Argentina⁷³.

Por su parte, Interferias coordina y articula necesidades internas del colectivo (acceso a insumos, créditos, difusión, acuerdos con otras instituciones, etc.) así como genera intercambios entre ferias locales y regionales, e interviene en la generación de políticas

⁷² “Interferias recibió \$3 millones y aún no repartió fondos a ferias de Posadas.” Fuente: diario digital “misionescuatro.com” 27/11/2014.

⁷³ La articulación de ferias en una organización de tercer grado es una experiencia ya presente en las “ferias libres” de Chile. En este caso, desde 2013 se conforma la Confederación Gremial Nacional de Organizaciones de Ferias Libres (ASOF C.G) que nuclea a 47 representantes de las ferias del país (Castellanos, 2015, inédito). La Cámara de Feriantes de FF de Argentina, se creó representando a 400 ferias de 14 provincias del país, entre ellas, las misioneras.

públicas para la AF.

La Asociación Provincial, tiene una estructura orgánica análoga a las asociaciones de ferias que la componen. De acuerdo con su tesorera, la Asociación organiza reuniones de delegados cada siete semanas, donde son planteados los ejes de acción: *“...y, los principales son acompañar a los productores, a través de los delegados de cada zona se van implementando las inquietudes y de ahí se saca, eh, conclusiones y se ve cómo se le puede ayudar al pequeño productor...”* (Tesorera de Interferias, 28/06/15, Oberá, Misiones.).

Luego, en término de las escalas de intercambio, éste es organizado por Interferias (en algunos casos con la articulación del ex Ministerio de Agricultura y/o la Secretaría de Agricultura Familiar) a partir de la extensión de una red de vínculos (a nivel provincial, en las Fiestas de Ferias y Encuentros zonales -“Encuentro de Ferias de Zona Norte”, “Encuentro de Ferias de Zona Centro”, “Fiesta Provincial de la Feria Franca”, etc.- ⁷⁴, y a nivel nacional, con otras ferias del país), que permite la colocación de productos locales en otras zonas de la provincia ⁷⁵ y el país ⁷⁶.

La organización de ferias, logró a su vez, una intervención de orden meso en la comercialización a partir de los acuerdos políticos con diversos niveles de gobierno.

Así, mencionamos la articulación y complementariedad con políticas nacionales de acceso popular a alimentos (como los camiones de “Frutas para todos” o “Pescados para

⁷⁴ Los Encuentros Nacionales de Ferias se realizan cada dos años (ya se han realizado 3 hasta el momento, desde 2011 a la fecha). Las Fiestas Provinciales de Ferias se realizan anualmente (ya se han realizado 18 fiestas desde la primera realizada en 1997 en la localidad de San Vicente); mientras que los encuentros zonales son de una regularidad mensual o bimensual. En todas las ocasiones es un lugar propicio para la redistribución de recursos, tanto los canalizados desde la política pública como recursos propios.

⁷⁵ *“Los feriantes de la provincia están teniendo un trabajo a contrarreloj, para abastecer a la gran demanda de alimentos relacionados con la Semana Santa. En tal sentido Juan Prestes, presidente de las Interferias de Misiones, destacó las reuniones y trabajos de coordinación entre feriantes de distintas zonas de la provincia para concentrar su oferta en los mercados de mayor demanda. Se reconoció que en días previos, a pesar de los esfuerzos de llevar mayor producción, los feriantes vendieron todos sus productos en diversos mercados...(…) Prestes indicó que en general los productores tratan de aglutinarse y abastecer a sus zonas de referencia. Así los del Norte se juntan para comercializar los cultivos de su zona y en otros centros como Jardín América se juntan con productores de otras localidades como Santo Pipó, San Ignacio, El Alcázar y Montecarlo.”* Fuente: “Feriantes dicen que la demanda de sus productos se multiplicó” (diario digital: territoriodigital.com 19/04/2014).

⁷⁶ De la entrevista con la Secretaría de Comercialización de la SAF, no había una sistematización del volumen y frecuencia de intercambios generados entre las regiones.

todos”) que complementaban una estrategia de intercambio entre pequeños productores con la posibilidad de acceso a alimentos más baratos para la población urbana, frente a la problemática inflacionaria.⁷⁷ Pero también, los acuerdos con el gobierno provincial, por ejemplo, en el Programa “Hambre Cero” del Ministerio de Derechos Humanos de Misiones que asiste a familias que en su núcleo albergan a un menor, adulto mayor o personas discapacitadas, en condiciones de desnutrición⁷⁸, otorgándoles órdenes de compra por una canasta de alimentos que pueden ser intercambiados en todas las ferias franca de la provincia.

Por otro lado, los encuentros zonales, provinciales y nacionales, además de ser instancias de intercambio, se constituyen como espacios concretos de construcción política y de co-construcción y co-producción de políticas públicas. De hecho, ello constituye uno de los cuatro objetivos fundantes de los Encuentros Nacionales de Ferias Francas y Mercados Solidarios (objetivo D, en la Tabla 9, página 115). Así, a partir del II Encuentro Nacional de Ferias Francas y Mercados Solidarios se conformó una “Mesa Regional de Comercialización del NEA” que nucleó a delegados de las Asociaciones de Ferias y del FONAF (delegación Misiones, Formosa, Chaco y Corrientes), representantes del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación, Subsecretaría de Agricultura Familiar e INCUPO. Dicha instancia es la que permitió mantener el diálogo regional para *“articular y potenciar las experiencias de comercialización de la agricultura familiar de nuestra región y coordinar los proyectos de apoyo que cada*

⁷⁷ . La experiencia de democratización al acceso de los alimentos “Frutas Para Todos” apoyado por el Foro Nacional de la Agricultura Familiar, la Corriente Agraria Nacional y Popular (CANPO) y la Subsecretaría de Agricultura Familiar de la Nación, incorporó, el pasado fin de semana, la yerba mate como producto de intercambio a un precio justo y accesible para el conjunto de la sociedad. (“Yerba para Todos” es éxito en Cuyo, “Frutas para Todos” a Misiones” diario digital iguazu-noticias.com: 10/05/2012).

⁷⁸ Un informe de Marzo de 2013 indicaba que el programa asistía a “9.463 personas, de las cuales 8.420 están recuperadas y 1.043 mantienen algún grado de desnutrición...”) Además, se entregaron 28.565 órdenes de compra de Ferias Francas por 771.255,00 pesos y el Seguro Provincial de Salud, del Instituto de Previsión Social conformó un fondo de 50 mil pesos, mientras que las acreditaciones por tarjeta ascendieron a 4.784.825,00 pesos. En total, la asistencia a los beneficiarios ascendió a 9.688.600,00 pesos.” (“Se realizó el balance del Hambre Cero” diario digital: lavozdecataratas.com 16/04/2013). En Mayo de 2015, su coordinador, Cleto Bloshel declaraba que la asistencia alcanzaba a 10.800 personas. (datos de Conferencia-taller “Compras públicas a la Agricultura Familiar” INTA, 2015).

institución ofrece al sector". (“Otra economía es posible” lista de distribución de INCUPO, 6/03/2014).

Al observar las temáticas abordadas en los Encuentros Nacionales de Ferias (Ver Tabla 9, página 115), vemos que los objetivos principales planteados por las organizaciones, son progresivamente abordados en los encuentros y elevados a una instancia de política pública. En cuanto a las temáticas tratadas en los tres encuentros, se advierte que las principales problemáticas para la comercialización de las ferias están vinculadas a: la necesidad de legislación que en primera medida resguarde y habilite el funcionamiento de las ferias en distintos puntos del país; la necesidad de adecuar la legislación bromatológica y sanitaria a las formas de producción y elaboración de la AF; el acceso a financiamiento de gestión colectiva; la legitimación y reconocimiento formal de las formas de producción agroecológica; generación de censo de ferias; la búsqueda de mecanismos para establecer intercambios regionales; leyes de orden nacional y provinciales de AF (previas a la Ley de AF dictada en Diciembre de 2014); entre otros. A modo de ejemplo, uno de los modos en que el objetivo transversal de “Contribuir a la construcción de políticas públicas del sector” fue concretado, consistió en la realización de talleres de institucionalización de criterios sanitarios y bromatológicos acordes a la realidad de los pequeños productores, evidenciando distintos grados de avance conforme pasaron los tres encuentros. Es de notarse también, que la propuesta del MCZ (y las leyes complementarias de registro de salas y alimentos artesanales) también formaron parte de las mesas de discusión de los encuentros. Ello se explica en la participación de la organización feriante en la redacción de las leyes, atendiendo a las necesidades de institucionalización de los AF.

Por su parte, la legislación que formaliza el funcionamiento de las ferias, esto es, la “Ley de Ferias” también se constituye como una instancia meso socioeconómica donde

se institucionalizan las prácticas feriantes y se ordena la comercialización, de alguna manera, a partir de su “formalización”. La legislación constituye también una instancia de reconocimiento a la organización feriante frente a la estructura gubernamental como sujeto de derecho a la administración de un presupuesto propio para ejercerlo en prácticas redistributivas.

Finalmente, en términos del fortalecimiento de la producción y comercialización, la gestión meso también abarca la canalización de recursos públicos de distinto origen (nacional y provincial fundamentalmente) hacia los feriantes y su co-gestión (co-producción) en la decisión del destino de los fondos. De acuerdo a los datos publicados en diversos diarios locales, a partir de la Ley provincial de Ferias Francas (2010), éstas han contado con un presupuesto inicial de 3 millones de pesos⁷⁹, que progresivamente ha ido aumentando, junto a la canalización de fondos desde el Programa Pro Alimentos del Ministerio del Agro y la Producción, así como de aportes directos tanto del mismo ministerio⁸⁰ como de la Secretaría de Agricultura Familiar de la Nación⁸¹.

De la misma manera que la legislación sobre “salas de elaboración y registro de alimentos artesanales” o la “Ley de producción agroecológica” tienen en cuenta tanto el origen como las técnicas manuales⁸² y agroecológicas⁸³ de producción y

⁷⁹ “Uno de los puntos más importantes de la reunión tiene que ver con la confirmación de la partida presupuestaria que dispondrán las ferias para el año próximo. Será de 3 millones de pesos, formados con recursos propios del Estado provincial (2 millones) y del Fondo Especial del Tabaco (1 millón). Esos fondos se ejecutarán en dos líneas, una de producción y otra de mejora de infraestructura para la comercialización de los productos.” ...(...) “De acuerdo a lo expresado por la Directora General de Agricultura Familiar Sustentable, Marta Ferreira, también se analizaron temas referentes a la entrega de créditos a feriantes en el marco del programa Pro Alimentos...(...)”. Fuente: “aporte del FET para funcionamiento de ferias francas” (diario digital “tabaconoticias.com.ar 10/12/2010).

⁸⁰ “En la Expo Verá realizada el último fin de semana en Oberá se realizó la entrega de fondos y subsidios por 1.800.000 pesos -por parte del Ministerio del Agro y la Producción- para el fortalecimiento productivo...” Fuente: “Productores recibieron fondos en la ExpOverá” (diario digital “territorio digital.com” 15/04/2014).

⁸¹ “Fue así como confirmó el presidente de las Ferias Francas de Misiones, Juan Prestes refiriéndose a 1.300000 que serán destinados específicamente a favorecer los aspectos comerciales de las Ferias. El subsidio fue fruto del trabajo realizado por el año pasado por los feriantes en conjunto con la Subsecretaría de Agricultura Familiar de la Nación dependiente del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.” Fuente: “Nación otorgará 1.300.000 pesos a las Ferias Francas de Misiones” (diario digital noticiasdel6.com 21/03/2014).

⁸² La Ley XVII - N° 71. Ley de Alimentos Artesanales. Y Salas de Elaboración llama: “alimento artesanal a todo aquel elaborado por el propio productor con participación activa y control de los procesos de elaboración, mediante técnicas de elaboración manuales y utilizando materias primas de la Provincia.” (Anexo I Ley XVII - N° 71)

⁸³ La Ley de fomento a la producción agroecológica, prevee entre sus mecanismos, la certificación participativa de las producciones, a partir del trabajo conjunto entre la autoridad de aplicación (Subsecretaría de Agricultura Familiar y Desarrollo Rural, dependiente del Ministerio del Agro y la Producción), las familias de productores, las

comercialización, y que consideramos pueden favorecer procesos de reconversión productiva⁸⁴. Puesto que además eso se extiende a otras experiencias en el resto del país, con la progresiva adecuación de las normativas locales a las condiciones de comercialización de la AF. Así, en una búsqueda no exhaustiva, encontramos 7 reglamentaciones de escala nacional, 16 de escala provincial, y 37 de escala municipal, que versan sobre distintas cuestiones vinculadas al fortalecimiento de la comercialización de la AF, dimensionando de alguna manera el grado de institucionalización alcanzado por las ferias de todo el país.

Luego, también el acompañamiento de los productores con políticas públicas para el fortalecimiento de la producción y comercialización (INTA, SAF, Pro Huerta, etc.) hacen parte de esa hibridación de recursos que facilitan la continuidad del proyecto feriante. Pues, es desde las mismas organizaciones de ferias que se gestionan diversas herramientas y tecnologías sociales (microcréditos, subsidios, capacitaciones técnicas, etc.) que buscan atender las necesidades de los feriantes. Esto incluye también tanto el acompañamiento de la creación de nuevas ferias realizado conjuntamente a la Asociación Provincial⁸⁵ como la gestión de la marca colectiva “Feria Franca”. Esta última es un ejemplo de esta gestión colectiva pero también de una resignificación de orden meso socio-económica de la “marca” como la identidad individual propia del mercado formal. La misma se ha gestionado a partir del Min. de Desarrollo Social de la Nación, e identifica en los productos envasados a su productor y zona de origen.

organizaciones no gubernamentales y los consumidores, verificando la calidad de los procesos productivos. (Art. 6 Ley VIII N° 68).

⁸⁴ De acuerdo con dicha ley (Ley VIII N° 68), se esperan generar mecanismos de financiamiento y asesoramiento en materia de trámites administrativos, fiscales y bromatológicos. (Art. 11 Ley VIII N° 68).

⁸⁵ “Impulsan en Capióvi la capacitación y el fortalecimiento de la comercialización de los productos de las ferias franca y la apertura de nuevos espacios para feriantes. El jueves último se reunieron en la localidad de Capióvi referentes del Senasa, del Inta, con los integrantes de la comisión de interferias y de la Subsecretaría de Agricultura Familiar. La convocatoria tuvo como objetivo planificar algunas actividades que van a desarrollar durante el año los feriantes y también organizar la asistencia de los presentes en diferentes eventos provinciales y nacionales”. Fuente: “Trabajan para que haya más ferias francas en Capióvi” (diario digital: “territorioidigital.com” 29/03/14. O, en relación a la creación de una nueva feria en Posadas: “La iniciativa surge del trabajo en conjunto entre la Municipalidad de Posadas a través de la Secretaría de Promoción del Desarrollo y su Dirección General de Producción y Ferias Francas y la Asociación Interferias de Misiones.” (“Una decena de productores participarán de la Feria Franca del Club Racing” diario digital “noticiasdel6.com 29/08/14).

Tabla 9. Resumen de talleres y paneles realizados en los “Encuentros nacionales de ferias francas y mercados solidarios” (2011-2013-2015).⁸⁶

Objetivos comunes					
A) Lograr visibilidad; B) Articular trabajos en red; C) Promocionar y afianzar la relación con los consumidores; D) Contribuir a la construcción de políticas públicas del sector.					
Año	Evento	Paneles y talleres.	Referentes de organizaciones sociales disertantes en cada taller.	Referentes del Estado disertantes en cada taller.	Acuerdos/Propuestas presentadas.
2011	I Encuentro Nacional	A) Legislación para Ferias Francas y Mercados Solidarios:	Referentes del Mercado de la Estepa Quimey Piuké y la Asociación Surcos Patagónicos. (Río Negro).	Secretaría de Economía Social del Min. de Desarrollo Social de la Nación//Diputado provincial (Misiones).	Ley de Economía Social y Mercados Productivos Asociativos (Río Negro, 2009)// Proyecto de ley nacional sobre espacios de comercialización alternativos//
		B) Panel “Seguridad y Soberanía Alimentaria”:	Dirigentes del MNCL.	Coordinación Nacional de Pro-Huerta.	Presentación Ley de desarrollo, promoción y fomento del Mercado Concentrador Zonal de Posadas. Leyes de elaboración artesanal de alimentos y salas de elaboración artesanal de alimentos.
		C) Panel “Políticas públicas de finanzas para la pequeña AF”	Productoras feriantes de “Manos de la tierra” (La Plata, Buenos Aires); tesorero Asoc. Prov. FF Misiones.	IPAF Pampeano. Comisión Nacional Coordinación del Programa de Promoción de Microcrédito para el Desarrollo de la Economía Social.	Organización como herramienta para la construcción de SA//Logros de Pro-Huerta, creación del CIPAF.
2011	I Encuentro Nacional	D) Panel “Aspectos Bromatológicos”:	s/d	SENASA, INTI, Dirección de Bromatología de la Ciudad de Posadas; Ministerio de Salud Pública de la Prov. De Misiones. Facultad de Agronomía y Veterinaria de la Univ. De Río Cuarto, Córdoba.	Grupo de fondos rotatorios y grupos de créditos solidarios, Feria y Universidad// Microcrédito en la red de gestión asociada de las FF de Misiones// Políticas públicas para el fortalecimiento institucional: Microcréditos”.
		E) Panel “Sistemas Participativos de garantías”:	Referentes de: INCUPO-CEDEPO-ROST. GA		Grado de institucionalización y avances de la Comisión de AF del SENASA//Taller de BPA//Taller sobre “Zoonosis”// Experiencia: Pequeñas Unidades productivas alimenticias”// BPA y BPM, normas ISO y sistema de análisis de peligros y puntos críticos de control// implantación del Reg. Provincial (Misiones) de Elaboradores y alimentos artesanales.// Experiencias de pasantías en brucelosis y tuberculosis en la Prov. Misiones.
					Experiencias de SGP en: Bella Vista, Corrientes; Cañuelas, Buenos Aires; y, Tucumán.

⁸⁶ Elaboración propia en base a las memorias de los encuentros y la asistencia a los mismos.

Objetivos comunes					
A) Lograr visibilidad; B) Articular trabajos en red; C) Promocionar y afianzar la relación con los consumidores; D) Contribuir a la construcción de políticas públicas del sector.					
Año	Evento	Paneles y talleres.	Referentes de organizaciones sociales disertantes en cada taller.	Referentes del Estado disertantes en cada taller.	Acuerdos/Propuestas presentadas.
2011	I Encuentro Nacional	1) Taller “Red de comercialización. Intercambio de productos”:	Trabajo de taller entre productores y técnicos de distintas instituciones.		_Consensuar acuerdos para plantear una Ley de AF.
					La logística es un problema a resolver, sobre todo el transporte. Trabajar en soluciones integrales.
					_Plantear estrategias para instalar el concepto de consumo responsable.
					_La información como insumo básico a nivel de feriantes.
					_Necesidad de cuantificar productos de acuerdo a cantidades y estacionalidad.
					_Los productos faltantes de algunas regiones pueden ser abastecidos por los excedentes de otras.
					_ Propuesta de articulación entre organizaciones para superar la estacionalidad de la producción.
		2) Taller La construcción de un sujeto colectivo en la AF y ESS:	Referentes de: Unión de trabajadores rurales sin tierra de Mendoza; Mov. Campesino de Córdoba; MOCASE; Feria Malvinas Argentinas, Buenos Aires; Org. Madre Tierra;	Subsecretaría de Desarrollo Rural y AF de Chaco. Ministerio de Desarrollo Social de Buenos Aires.	_Generar una base de datos de productos, saber qué oferta y demanda tienen las organizaciones, siempre privilegiándose el abasto local.
					_ Gestionar apoyo de todos los niveles gubernamentales.
					_En algunas provincias y municipios hay poco apoyo al desarrollo de ferias.
					_Favorecer contacto entre organizaciones y fortalecer la organzaion interna.
					_Avanzar en normativa general y para transporte de productos (a nivel prov y nacional).
					_ Avanzar y socializar un censo de ferias.
					Producción y comercialización de tomate triturado en Mendoza//Producción y comercialización de carne y subproductos caprinos en Córdoba// Producciones caprinas de Chaco y Santiago del Estero.// Experiencia de consorcios de agua y electricidad en parajes rurales de Chaco// Mercado popular semanal e itinerante en Buenos Aires.

Objetivos comunes					
A) Lograr visibilidad; B) Articular trabajos en red; C) Promocionar y afianzar la relación con los consumidores; D) Contribuir a la construcción de políticas públicas del sector.					
Año	Evento	Paneles y talleres.	Referentes de organizaciones sociales disertantes en cada taller.	Referentes del Estado disertantes en cada taller.	Acuerdos/Propuestas presentadas.
2013	II Encuentro Nacional	A) Comercialización de la AF como aporte a la SA y a la ESS.	Referentes de MAELA, SACRA.	Dir. de Desarrollo Humano y Economía Social de la Municipalidad. De Corrientes. FONAF.	Modelos comerciales vigentes en Argentina (empresario vs Eco social) y rol del Estado//Experiencia de SACRA en mejoras en las condiciones de consumo//Monotributo Agropecuario a Costo cero//Estrategia estatal frente a la inflación y el desempleo: trabajo y acceso al consumo//
		B) Construcción de abordajes integrados para el control de la elaboración artesanal de alimentos en el marco de la economía social	Referentes de Asociación Provincial de FF de Corrientes.	Coordinación Jurisdiccional de ANMAT- SENASA.	_Propuesta de adecuación de prácticas u normativas de producción y comercialización de alimentos en la provincia de Corrientes. SPG, BPM y articulación con labor municipal. Propuesta de habilitación de salas de faena comunitarias, para animales menores y salas domiciliarias para aves, conejos y peces. _ Experiencia de habilitación de frigorífico de pollos y cerdos para AF en B de Irigoyen, Misiones, Labor de ANMAT: Programas interinstitucionales Programa Federal de Control y de Alimentos; y la Red Nac. de Protección de Alimentos, para garantizar la inocuidad de los alimentos.
2013	II Encuentro Nacional	C) Modalidades y pre-financiamientos para el intercambio de productos entre organizaciones.	Productor de Fruderpa de Mendoza.	INTA-FACOMAF. Dirección General de Producción y FF de Municipalidad de Posadas, Misiones. Subsecretaría de AF (Del. Mendoza).	_Experiencia de comercialización al Estado (Frutas y Verduras para Todos), Fruderpa, Mendoza. _Proceso de relevamiento de productores para abastecer el MCZ de Posadas, Misiones. _ Trabajo de análisis de organización, normativas y cuestiones operativas y logísticas que afectan a las ferias. Fortalecimiento de las organizaciones y visualización del Estado como comprador de la AF. Fondo de apoyo (de anticipo) para favorecer el intercambio entre ferias de distintas regiones.
		Plenario de Organizaciones e Instituciones: Conformación y puesta en marcha de la red nacional de comercialización.	Referentes de: FF Oberá (Misiones), Asoc. Prov FF Corrientes, Asoc. Prov FF Misiones, Asoc. Prov FF Chaco.	Área de Comercialización Sec AF. FONAF. Coordinación Sec de AF Corrientes. Min. de Desarrollo Social de la Nación.	_Propuesta de puesta en marcha de la red nacional de comercialización que incluya a emprendedores de la Economía Social, implica el diseño de un registro, lista de Mercados Solidarios
2015	III Encuentro Nacional	A) "Los Alimentos de la Agricultura Familiar en el Código Alimentario Argentino. SENAF".		SENAF	_Institucionalización de prácticas de elaboración de alimentos en el SENAF. Cuatro líneas de trabajo: a) Habilitación de Salas de faena multiespecie. b) Pesca Artesanal. c) Tambo-Fábricas. d) Establecimiento de elaboración de chacinados y salazones.

Objetivos comunes					
A) Lograr visibilidad; B) Articular trabajos en red; C) Promocionar y afianzar la relación con los consumidores; D) Contribuir a la construcción de políticas públicas del sector.					
Año	Evento	Paneles y talleres.	Referentes de organizaciones sociales disertantes en cada taller.	Referentes del Estado disertantes en cada taller.	Acuerdos/Propuestas presentadas.
2015	III Encuentro Nacional	B) “Ley de alimentos artesanales”		Ministerio de Salud Pública de la Prov de Misiones. Instituto de Control de Alimentación y Bromatología de la Prov de Entre Ríos.	_Institucionalización de prácticas de elaboración de alimentos en la Prov de Misiones y Entre Ríos. Registro y control de alimentos y salas de elaboración.
		Taller: “Manipulación de Alimentos”		INTI	Taller de capacitación.
2015	III Encuentro Nacional	C) “Normativas y Políticas Públicas para la Agricultura Familiar” en Ámbito nacional, provincial y municipal.		Directora Provincial de Economía Agraria y Sistemas de Información. Min. Agricultura. Diputada Nacional. Diputadas provinciales de Misiones.	_Mención al a creación de: el Consejo para la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena y el Consejo Nacional de Coordinación de Políticas Públicas para la Agricultura Familiar. _ “Ley de reparación Histórica de la Agricultura Familiar” _ Renaf; ReNOAF, Monotributo Social, FONAF _ Avances del Borrador de Ley Nacional (Ferias Francas _ Ley provincial de fomento a la Producción Agroecológica _ Proyecto de Ley provincial de la agricultura familiar (Misiones) _ -Ley provincial de Ferias Francas (Misiones).
		D) “Programa de Sosténimiento del Empleo y Seguridad Alimentaria en la pequeña agricultura familiar”		Min. de Trabajo de la Nación. Min del Agro y la Producción (Misiones).	_ Exposición de la Evaluación del Programa "Maíces Criollos".
		E) Panel sobre Convenio de corresponsabilidad Gremial Yerbatera		RENATEA	Condiciones de comercialización actual de la yerba mate.
		F) “Experiencias organizativas de comercialización: marco histórico, procesos y resultados, en Argentina y en países vecinos”			Experiencias de FF Misiones, comercialización de AF en Paraguay y "compre estatal" en Uruguay.

Objetivos comunes					
A) Lograr visibilidad; B) Articular trabajos en red; C) Promocionar y afianzar la relación con los consumidores; D) Contribuir a la construcción de políticas públicas del sector.					
Año	Evento	Paneles y talleres.	Referentes de organizaciones sociales disertantes en cada taller.	Referentes del Estado disertantes en cada taller.	Acuerdos/Propuestas presentadas.
2011	III Encuentro Nacional	Plenario de organizaciones de ferias francas y mercados solidarios.			_ adjudicación de la personería jurídica como Asociación Provincial de Ferias Francas de la provincia de Chaco y Corrientes. _ puesta en marcha y el funcionamiento de la herramienta digital RedNaCom (Red Nacional de Comercialización de la Agricultura Familiar y Economía Social), como una plataforma virtual de intercambio regional entre las organizaciones sociales. _ cuatro ejes de discusión que emergieron durante el desarrollo de los días de encuentro: La continuidad en el trabajo de formalización y adecuación normativa bromatológica; la difusión y problematización del riesgo de aprobación de la “Ley de semillas”; la reglamentación de la “Ley de Agricultura Familiar”; y la creación de una “Cámara de feriantes” como organización representativa a nivel nacional

4.3. PRINCIPIO DE PRODUCCIÓN SOCIAL: PRÁCTICAS E INSTITUCIONES PARA LA REPRODUCCIÓN AMPLIADA DE LA AF.

La experiencia de las ferias indica que la comercialización del excedente de la producción para autoconsumo representa la problematización de las dificultades de reproducción de las familias como una cuestión pública. Como lo manifestaba uno de nuestros entrevistados: *“al principio la feria era para parar la olla”* (Feriante de Villa Cabello, 13/09/2014, Posadas, Misiones) aludiendo a que los ingresos generados en las ferias permitían atender necesidades primarias. De manera que, como asegura Rodriguez et al (en Cittadini, 2010) los productos para autoconsumo (y su variedad) guardaban y guardan la característica de “alternatividad” que les permitió vender, intercambiar y consumir alternativamente sus producciones, extendiendo los lazos de solidaridad en un mercado propio. Es decir, el intercambio de productos de autoconsumo contribuyó tanto a atender las necesidades del grupo doméstico como a extender las relaciones sociales entre unidades domésticas emparentadas o vecinas, organizando subsidiariamente la producción y comercialización. Así, como advertía Polanyi (2011), el principio de autoconsumo es complementado por los principios de intercambio y reciprocidad; ello transforma a la autarquía familiar en una forma colectiva de sustento.

En el nivel de las prácticas microeconómicas la organización de las ferias ha transformado las prácticas reproductivas de la UD, reorganizando el fondo de trabajo, especialmente a partir de los cambios de rutinas de las mujeres, como lo sugieren diversos trabajos (Carballo, 2000; García Guerreiro, 2010; INTA, 2009; Schiavoni, 2013; Schiavoni et al., 2006; Schvorer, 1999). Sin embargo, ello no ha significado un proceso de mercantilización de los alimentos, en tanto las prácticas productivas y de comercialización continúan estando ligadas a las características y ciclos del grupo doméstico. Así, la variedad y volumen de productos presentes en cada mesa continúa

representando la diversidad de producciones de las chacras; el trabajo continúa siendo fundamentalmente familiar; la frecuencia semanal de las ferias respetan los tiempos de trabajo de cada familia; el vínculo con el consumidor trasciende el acto de compra; etc.

En otra instancia, la autarquía adquiere una modalidad colectiva que se plasma en la legitimación o deslegitimación de prácticas a modo de un sistema homeostático que regula internamente sus prácticas en pos de su continuidad. Ya desde el origen de las ferias, en el seno de las discusiones de la organización del MAM, la visualización de las consecuencias negativas sobre el agricultor familiar de continuar integrado a la cadena de producción de tabaco por ejemplo, implicó que uno de los requisitos establecidos en las ferias francas en general sea la prohibición de la participación de productores tabacaleros. Puesto que el sistema integrado del tabaco establece una relación contractual en la que el pequeño productor aporta su trabajo (y el familiar) y su tierra, y recibe en consignación todos los insumos necesarios para producir (semillas, invernáculos, agrotóxicos, etc.), a cambio de un ingreso anual preestablecido. Ello significa para las familias una forma de asegurarse un flujo estable de dinero (aunque bajo) y cobertura social (jubilación y obra social) pero a costa de exponerse a un sistema de producción sumamente intensivo en el uso de agrotóxicos, con severas y nefastas consecuencias sobre su salud y la naturaleza. Así, de acuerdo a las entrevistas realizadas en campo, algunos de los feriantes mencionaban su abandono de la actividad a partir del ingreso en la feria y el reemplazo de los ingresos a partir de ella⁸⁷.

En el mismo sentido opera el énfasis puesto por la organización en orientarse hacia la producción “orgánica” o agroecológica, aunque en este caso no sea un criterio excluyente. Es decir, como un principio orientador de las prácticas que le permite a las ferias sustentar su continuidad en el reconocimiento social por su particular vínculo con

⁸⁷ A pesar de ello, en la provincia continúan existiendo cerca de 14mil productores tabacaleros que se mantienen subordinados a tales condiciones de producción y comercialización.

la naturaleza. Aunque ello no esté exento de conflictos y contradicciones, como lo observamos en la salida a campo en las ferias de Posadas y Oberá. En algunos casos los feriantes mostraban con orgullo la forma de producción agroecológica, en otros casos se daba una cierta naturalización en el uso de agroquímicos para el tratamiento de plagas o enfermedades de las plantas. Así, mientras que en las ferias de Oberá se observó una mayor atención sobre la forma de producción, en las ferias de Posadas parecieran regir otros parámetros. Aún así, en todos los casos, lo que primaría, incluso desde la óptica del consumidor, es la importancia de las características de los alimentos en cuanto a su frescura (que en todos los casos son cosechados el día anterior o el mismo día) y los vínculos establecidos en la feria. Es decir, en términos del autosustento, tanto para los feriantes como para los consumidores, la presencia de los feriantes allí pareciera prevalecer por encima de la forma de producción.

Una situación semejante se da en los casos en que los feriantes complementan la oferta de productos de su chacra con productos comprados en el Mercado Central. Si bien esta práctica está deslegitimada por el colectivo, observamos situaciones concretas en algunas de las ferias de Posadas. De acuerdo al testimonio de los propios feriantes, muchas veces esas prácticas se dan como estrategia para atraer consumidores, incluso, en algunos casos, representando un esfuerzo para el feriante que no tiene compensación monetaria. En otros casos, se tratan de prácticas oportunistas, que escapan a las prácticas de control social que operan en las ferias.

Es decir, a pesar de que en las ferias no parece primar una lógica mercantil, las prácticas contradictorias quizás muestran que existe una cierta internalización de los principios éticos del mercado que no es identificada por ciertos productores individuales (aunque si por el colectivo) que en alguna medida atentan contra esa autarquía colectiva.

Por otro lado, el valor simbólico y político, para visibilizar y legitimar a la Agricultura familiar como forma de vida y proveedora de alimentos, en los distintos encuentros de ferias, así como en la articulación con otras experiencias (como los encuentros de intercambios de semillas⁸⁸), consideramos que también recrean a la autarquía como una práctica colectiva que se extiende más allá de la organización.

De la misma manera que en los últimos diez años, con la aparición exponencial de ferias autogestivas de diversas características, el carácter colectivo del autosustento se materializó en los diálogos y acciones conjuntas entre feriantes de diversas zonas del país. Ello a su vez dio cuenta de que las problemáticas de los agricultores familiares son análogamente atravesadas por los consumidores y emprendedores urbanos de la economía popular, aflorando así una reciprocidad entre “el campo” y “la ciudad”, quizás nunca antes percibida. Así como los “Encuentros nacionales de ferias francas y mercados populares”, se constituyeron como espacios de expresión del entramado de vectores que intervienen en la construcción social de los territorios: esto es, desde las políticas públicas hasta las ofertas educativas propias de la agricultura familiar (como las EFAS de Misiones o los CEPT's)⁸⁹, la oferta de tecnología adecuada, las diversas expresiones artísticas del país, la promoción de prácticas agroecológicas, etc. En ese marco, el diálogo cultural – como trama de significados compartidos- que se establece a nivel meso implica la búsqueda de una desmercantilización, no sólo de la producción

⁸⁸ Las ferias de semillas son promovidas por el “Movimiento por las Semillas Campesinas de Misiones” conocido como “Movimiento Semillero” y tienen su origen a mediados de la década del 90 (1996), a partir de un Encuentro Provincial de Mujeres en Oberá donde se organizó un primer intercambio de semillas y de donde surgió la idea de realizar un encuentro más grande. Ya en 1997, se realizó en la localidad de San Vicente una feria regional donde se intercambiaron más de 600 variedades de semillas con participación de organizaciones de otras provincias. A partir de allí se han venido repitiendo los encuentros, que ya van por el número 16. (Fuente: <http://inta.gob.ar/noticias/la-agricultura-familiar-en-los-medios-en-julio-realizan-la-xii-feria-provincial-de-semillas-con-exposicion-de-herramientas>).

⁸⁹ Escuelas de las Familia Agrícola: Son escuelas secundarias gestionadas por las familias rurales (bajo la figura de Asociación Civil) que combinan la enseñanza teórica con prácticas a campo en producciones agropecuarias y aquellas actividades vinculadas a las necesidades territoriales. Estas tienen una propuesta pedagógica basada en un régimen presencial de alternancia (es decir, los estudiantes cursan las materias en semanas alternadas) para facilitar tanto la movilidad de los estudiantes rurales como su presencia (y trabajo) en sus hogares. Su origen como forma de organización proviene de las granjas francesas de mediados de siglo XX. En la actualidad existen 122 EFA en todo el país, siendo Misiones una de las provincias donde mayor arraigo tienen (existen unas 22 EFAs en esta provincia). Los CEPTs (Centros de Producción Total) son el equivalente a las EFAs en otras provincias del país.

sino de la diversidad de condiciones objetivas para la reproducción ampliada de la AF (educación, tecnología, acceso a créditos, etc.)

4.4. RECIPROCIDAD Y REDISTRIBUCIÓN EN LAS PRÁCTICAS DE INTERCAMBIO

Como mencionábamos en el apartado 2.4 sobre los “Los principios de Circulación, Producción social y Coordinación (...) como modelos de integración social”, los principios de institucionalización de formas económicas no pueden desarrollarse en forma aislada. La reciprocidad y la redistribución se expresan como prácticas solidarias que en algunos casos derivan en el desarrollo de prácticas democráticas y en otros favorecen relaciones asimétricas de poder que ponen en juego la autonomía de los agentes.

Las ferias de la agricultura familiar se proponen una forma de organización de las relaciones económicas basándose en principios éticos básicos y concretos que tienen que ver con lo que nosotros identificamos como la reproducción ampliada de la vida y la realización de necesidades socialmente legitimadas. En ellas existe un ordenamiento de las relaciones sociales y un intento de control social sobre los efectos de las acciones individuales sobre el conjunto, supeditados a aquellos principios fundantes. Al observar la experiencia de las ferias vemos que éstas se organizan como ámbitos abiertos a la participación de las familias productoras, adecuándose a las necesidades y características de este grupo social a partir de ciertos acuerdos de convivencia ferial. Por ejemplo, su funcionamiento semanal no sólo ordena la acción comercial sino que además responde a la disponibilidad de trabajo de los productores (que durante el resto de la semana se dedican a las tareas productivas). De la misma manera, los reglamentos internos y los estatutos de las ferias reflejan procesos institucionalizados de

comportamientos acordados entre los feriantes⁹⁰ que se sostiene en el vínculo recíprocarío y redistributivo: la regulación de las formas de producción que se valoran (caseras, mayormente orgánicas o agroecológicas, naturales, etc.); las normas de convivencia entre feriantes; las reglas de incorporación de nuevos feriantes (por ejemplo en algunas ferias sólo pueden ser integrados a partir de la recomendación de otro feriante y/o la Comisión Directiva visita la chacra del feriante para conocer sus condiciones de vida y producción); los mecanismos de decisión de precios (que en algunas ferias se preestablecen en forma homogénea, en otras a partir de precios “máximos y mínimos” ,o, en otros casos, se deja al criterio de cada feriante) y la variedad de productos presentes; así como la modalidad de atención (cómo debe organizarse y mantenerse la higiene de los puestos, de los propios feriantes y de sus productos por ejemplo). Todos aquellos ejemplos, requieren del compromiso solidario y recíprocarío entre los feriantes, pues el accionar fortuito puede lesionar la integridad grupal y desvirtuar el sentido original de las ferias. Por otro lado, la bibliografía refiere a las prácticas recíprocarías en tanto recreación de vínculos de confianza, de amistad, etc. entre feriantes y consumidores, que excede la organización de la comercialización o la producción (Ver por ejemplo: Rodríguez et al, 2010). Respecto al vínculo con los consumidores, una feriante nos comentaba de una de sus “clientas”: [mientras la consumidora elegía los productos que quería llevar] “Ah, ella cuenta y después nos trae...tenemos nuestros clientes que vienen y se sirven y...”. (Feriante de Feria Chacra 32-33, 14/09/14, Posadas, Misiones), refiriéndose a la confianza que existe entre ambas para resolver la transacción. La misma reciprocidad se da entre feriantes, cuando complementan los productos de su mesa con los de sus vecinos, o, cuando atienden la

⁹⁰ Es importante tener en cuenta de que no se trata de que la sociedad de libre mercado no tiene pautas y regulaciones –de hecho las ferias se ajustan a las disposiciones del Código Alimentario Nacional y otras normativas locales que posibilitan su funcionamiento- sino que aquellas responden a formas de sociabilidad, de organización y principios (individuales, eficientistas, orientados por la rentabilidad), que no representan (y por tanto excluyen) a las economías populares.

mesa contigua ante la ausencia momentánea de su compañero. Se tratan en ambos casos de prácticas de solidaridad simétrica en tanto se fundan en el vínculo horizontal feriante-feriante, feriante – consumidor.

Así también existen instancias de circulación y redistribución concreta y en diversa escala, tanto a partir de los “derechos de stand” que paga cada feriante por su mesa con los que la Comisión Directiva organiza las condiciones materiales para la comercialización (por ejemplo, pago de gastos administrativos o de servicios de uso común), como a nivel provincial, cuando la Asociación de Ferias gestiona fondos comunes (propios o canalizados desde la política pública)⁹¹ hacia las diversas ferias de acuerdo a las necesidades planteadas por sus representantes. En ese sentido, la organización de los encuentros regionales y nacionales se constituyen también en instancias redistributivas y recíprocitarias, no sólo por la distribución concreta de productos o dinero sino por el encuentro entre feriantes de diversas localidades, que comparten temporalmente saberes, prácticas, espacios de formación y coordinación, técnicas, etc. Consideramos que todas estas prácticas y acuerdos, buscan resguardar el funcionamiento democrático de las ferias, y que a la vez son indicios claros de la interdependencia entre feriantes.

En ese sentido decimos que las ferias expresan relaciones de intercambio que como decía Coraggio (2011) se aseguran de mantener la integración social del grupo que la conforma. Esto incluso es intergeneracional, pues por ejemplo, durante nuestra recorrida a campo en las Ferias de Posadas, se manifestó la clara preocupación por la continuidad de los jóvenes en las chacras, y una postura activa, buscando ofrecerles actividades concretas en la gestión de las ferias para favorecer su integración y continuidad.

⁹¹ Estas tampoco están exentas de contradicción puesto que una parte del origen del presupuesto provincial para las ferias proviene del FET (Fondo Especial del Tabaco), una asignación específica que se recauda a nivel nacional (en el precio final de los cigarrillos) y se redistribuye entre las provincias productoras de tabaco (Misiones, Salta y Jujuy, principalmente). Dicho fondo resulta además una garantía para la continuidad de los sistemas de producción tabacalera de los pequeños productores que mantienen una relación subordinada con las empresas productoras y exportadoras de tabaco.

Sin embargo, como advierten Plasencia y Orzi (2007), las ferias no están exentas de comportamientos individualistas u oportunistas. La gestión de los espacios y equipos comunes en algunas oportunidades dan lugar a situaciones de conflicto donde se dirime el interés individual y el colectivo. Ello lo mencionaba un referente de las ferias que frente a la llegada de equipos de refrigeración nuevos para uso colectivo, debían armonizar el conflicto entre aquellos feriantes dispuestos a respetar esas condiciones y aquellos que preferían el uso individual.

Aún así, las prácticas recíprocitarias y redistributivas se extienden también al consumidor urbano, que periódicamente recurre a las ferias en busca de productos de calidad (frescos, sanos, caseros, etc.) y buen precio. Lo anterior nos remite al estudio de INTA (2014) que analizó la evolución de precios de una canasta de productos ofrecidos por ferias de todo el país, indicó que no sólo se trataban de productos más baratos sino que también tenían precios más estables a lo largo del año, desestimando la idea de comportamientos especulativos.⁹²

Por último, las prácticas redistributivas también están presentes en la articulación con los gobiernos locales y nacionales. En principio, como dijimos antes, a partir del presupuesto propio que administra la organización. En otro caso, en la participación de las ferias en el Programa Hambre Cero o la cesión de espacios para la instalación de los camiones de “Alimentos para todos”, que durante algunos años funcionaron promovidos por el gobierno nacional en su estrategia de garantizar el acceso a los alimentos a los sectores populares. En estos casos, las políticas redistributivas son interpeladas por la organización de ferias, como un actor político legitimado colectivamente (por ejemplo,

⁹² “Según un relevamiento de precios realizado por el INTA y el Ministerio de Agricultura, las verduras y hortalizas frescas de las ferias cuestan entre 20 y 77 % menos que en los supermercados.”(...) “En total, fueron relevadas 20 localidades: 12 en la región Centro, dos en Cuyo, tres en el NEA, dos en el NOA y una a la Patagonia. Allí se analizaron el precio de venta, la calidad y la procedencia de frutas y verduras, en las bocas de expendio más usuales para los consumidores: verdulerías, mercados de proximidad y supermercados. (“Alimentos: más baratos en ferias de agricultores familiares” comunicado: INTA informa, 28/01/2015).

al decidirse que los productos de los camiones “alimentos para todos” no deben ser iguales o semejantes a los ya presentes en las ferias).

4.5. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO.

Como vimos, las ferias le devuelven al mercado su carácter social, en el sentido de que las decisiones de los productores no giran sólo en torno a las señales del sistema de precios, sino que están permeadas por las prácticas y condiciones de reproducción de la unidad doméstica, en tanto los alimentos que se llevan a la feria también forman parte de la alimentación diaria del productor, y su cantidad y variedad se ajustan a la disponibilidad de trabajo familiar (de la mujer y los hijos especialmente), a la estacionalidad de la producción, las posibilidades de transporte y también a las preferencias del consumidor. Es así que, antes que observarse una planificación a priori de los productos a ofrecer, se establecen ciertos criterios de presentación y de aceptación de los mismos a partir de una oferta preexistente. Así también, la infraestructura y logística, vimos que se resuelve a partir de la hibridación de recursos: la infraestructura suele estar a cargo de la organización de ferias, mientras que el transporte es resuelto mediante diversas estrategias individuales o colectivas.

Las ferias se estructuran como un mercado regulado a partir de pautas que representativamente son emanadas por la Comisión Directiva, pero consensuadas en las reuniones de asamblea y observadas en su cumplimiento en forma colectiva. La intervención de los órganos estatales locales completan el marco regulatorio e institucional de las ferias.

De esa forma, la coordinación de la producción y la comercialización se da a partir de prácticas democráticas en el entramado de relaciones entre los productores entre sí y con los consumidores, pero también a partir del trabajo representativo de sus directivos y mediante el aval del gobierno local. Las ferias se reproducen así al estilo de un

sistema autopoyético, con prácticas de autorregulación interna y externa que sostienen en equilibrio a la organización y permiten su continuidad. Eso no quiere decir que no existan conflictos o contradicciones, sino que la organización tiene la capacidad de “reabsorber” las tensiones y dificultades sin perder la integridad del proyecto.

En sus 20 años de experiencia las ferias han logrado organizar la comercialización también en instancias meso, a partir de la articulación orgánica en una estructura de red. Los intercambios zonales generados a partir de las fiestas y encuentros, son complementados tanto por los encuentros nacionales como por los acuerdos con algunas políticas públicas (“Alimentos para todos” o intercambios regionales gestionados por la SAF, por ejemplo).

Por otro lado, sin dudas estas instancias reflejan la constitución de los feriantes como actores políticos activamente involucrados en la co-construcción y co-producción de políticas públicas. No se tratan meramente de encuentros de comercialización, sino simultáneamente, de construcción política y de políticas. De manera que las problemáticas de la AF también adquiere instancias meso en torno a la problematización y adecuación de tecnologías sociales que reconozcan la diversidad de las formas de producción, de las condiciones sanitarias y bromatológicas, de las condiciones comerciales, etc. En ello, la “Ley de Ferias Francas” y de “Registro de alimentos artesanales y salas de elaboración”, constituyen parte de ese camino de institucionalización ya recorrido. Por ello es que consideramos que se ha dado un proceso de consolidación de los actores sociales como interlocutores de las políticas públicas, reflejado en el rol coordinador de Interferias, la conformación de organizaciones de segundo grado en otras provincias, y de tercer grado a nivel nacional. Respecto a las prácticas que nosotros llamamos “para la reproducción ampliada de la AF”, se manifiestan en las formas no mercantilizadas de la producción y

comercialización, en tanto continuaría habiendo un vínculo estrecho entre la UD y la prácticas feriantes. Consideramos que ello, junto a los procesos de reconversión productiva hacia formas agroecológicas de producción, constituye parte de la “autarquía” individual que caracteriza a la SA a nivel de las UD. Así, si bien se dan prácticas contradictorias, las prácticas de intercambio no parecen estar sobreconformadas por una lógica mercantil sino por una lógica reproductiva.

En otro orden, la SA se objetiva a partir de las prácticas de legitimación de la producción local y el rol de la AF como proveedora de alimentos, logrado tanto en los encuentros semanales como a partir de los encuentros interferiales. Aun así, los procesos estructurales de concentración de la producción y la comercialización – como de mercantilización de los alimentos- que se mencionaban en el capítulo de contextualización, no han sido revertidos. A pesar de ello, nos parece que estas prácticas velan por la reproducción ampliada de la AF, en tanto, son el resguardo de formas no mercantiles de intercambio, reproduciendo esa “*forma de vida*” que es la AF. Ello se fortalece además a partir de la red de vínculos desplegados con el sector urbano.

Finalmente, respecto de los principios de reciprocidad y redistribución, observamos que las prácticas recíprocitarias permiten una gestión democrática de la organización. En una escala micro, estableciendo acuerdos comunes que le dan sostenibilidad e identidad a la experiencia, los cuales, además, dan cuenta de que la práctica de una economía sustantiva se da en una relación interdependiente entre los actores. Pero también a partir de una redistribución concreta de recursos en función de las necesidades expresadas por las diversas ferias. En una escala meso, los lazos recíprocitarios incluye la articulación con otras ferias y experiencias de la AF, así como con diversas instancias de la política pública.

CAPÍTULO V

5. LA GESTIÓN ESTATAL DE UN MERCADO: EL MERCADO CONCENTRADOR ZONAL DE POSADAS.

5.1. INTRODUCCIÓN.

Desarrollaremos el siguiente análisis a partir de la información sobre las principales características de MCZ teniendo en cuenta los principios de Coordinación, Producción Social y Circulación a los que aludimos en el Capítulo II. Lo que intentamos mostrar a continuación es cómo la lógica de comercialización de las “ferias de la Agricultura Familiar” se introducen en la estructura estatal, pero son resignificadas por la propia lógica del Estado. A partir de ello, identificamos –donde fue posible- prácticas en un nivel micro y meso-socioeconómico. Así, analizamos el principio de Coordinación como ese conjunto de prácticas que intentan generar un cierto orden de la producción, distribución, circulación y consumo de alimentos, ya sea a través de las tareas de organización de la infraestructura y la logística como de la planificación de la producción y comercialización, como de prácticas institucionalizadas en la estructura estatal más amplia que contribuyen a garantizar y afianzar dicho modo de coordinación. Como partimos de una concepción de Estado y políticas públicas como relaciones sociales complejas en la que se expresan las disputas de poder entre diversos actores y cuestiones socialmente problematizadas, el análisis no sólo remite a identificar las prácticas sino a problematizar su sentido político.

Por otro lado, en relación al principio de Producción Social, nos referimos a aquellas prácticas que tienden a la mercantilización del trabajo y los alimentos comprometiendo la autarquía – y la Soberanía Alimentaria- de los AF.

Mientras que, al analizar las relaciones de reciprocidad y redistribución en el intercambio, intentamos identificar cómo se desarrollan las relaciones de poder entre el Estado y los productores, en la medida que se compromete la autonomía de aquéllos.

Finalmente, intentaremos marcar y reflexionar sobre cómo algunas prácticas del MCZ resignifican las formas de organización colectiva de un mercado –las de las prácticas feriantes-. (Ver en Anexo, Tabla 11: “Sistematización de las prácticas institucionalizadas en las ferias de la AF y el MCZ”).

5.2. LA COORDINACIÓN EN EL MERCADO CONCENTRADOR.

~ LAS PRÁCTICAS DE COORDINACIÓN MICRO SOCIOECONÓMICA EN EL MCZ.

El MCZ aparece como una experiencia de intento de organización de un mercado de comercialización directa de la Agricultura Familiar, donde el aparato estatal coordina (o intenta coordinar) la producción, distribución, circulación y consumo de alimentos, como parte del objetivo asumido más o menos parcialmente por las políticas locales de transformar a la Agricultura Familiar en la abastecedora directa de alimentos de la provincia.

Su gestación formó parte de un proceso de legitimación de la operatoria de las ferias francas de la provincia que finalmente quedó plasmado en la ley provincial de ferias. De acuerdo con el director del IFAI el proyecto del MCZ responde a una necesidad planteada por los feriantes:

“(…) y en el 2005 en una charla con el gobernador Rovira le planteaba una necesidad de los feriantes de Villa Cabello...Me pedían freezer, ampliar un saloncito para sus reuniones, poner unos sanitarios más, mejorar la infraestructura de su lugar... y Rovira me dice: Ese lugar es un polideportivo, el uso está para otra cosa, si bien nosotros le estamos cediendo para que los feriantes vengan a vender, ese lugar tiene otro uso, pero siempre es un lugar que no está preparado para la venta. Pensemos en construir algo en donde esté preparado para la venta, de que sea un espacio donde los productores puedan venir a vender pero que sea ya

diseñado con ese objetivo” (Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones)⁹³.

La iniciativa del mercado se presenta *“como una (...) instancia superadora del paso siguiente de la feria franca. La feria franca para mí es un paso inicial de donde el pequeño productor pueda empezar (...)”* (Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones).

Así, la coordinación de la infraestructura y logística para la comercialización, comienza con el proceso de construcción y puesta en marcha del MCZ, antes de la aprobación de la ley. Es decir, el proyecto de construcción del edificio comienza en el año 2006 y finaliza en el año 2009, pero queda paralizado hasta el año 2012. La inversión para la puesta en marcha del mercado fue de 3 millones de pesos, mientras que los gastos operativos (en Septiembre de 2014) no superaban los 250 mil pesos mensuales.

Como mencionábamos en el apartado 3.4 “El mercado concentrador zonal” del Capítulo III, el MCZ forma parte de una de las líneas de acción del IFAI. Administrativamente depende del Ministerio del Agro y la Producción de la Provincia pero políticamente es dirigido por dicho instituto.

La gestión técnico-administrativa está a cargo de un administrador responsable, mientras que las tareas operativas (transporte, limpieza, estibaje y control) emplea el trabajo de 40 personas (de las cuales, más de la mitad -28- realizan tareas de limpieza). A esa estructura debiera sumarse el trabajo de asistencia técnica a cargo de técnicos profesionales que pertenecen al IFAI.

El MCZ se emplaza en un barrio de las afueras de la ciudad de Posadas. De acuerdo con su organizador, la decisión de esto responde a la idea de acercar alimentos de

⁹³ También el presidente de las Ferias Francas de Posadas, mencionaba del compromiso asumido por Carlos Rovira durante su gobernación, para con la Asociación de Ferias, de ofrecerles la infraestructura especialmente dedicada a la comercialización para la Agricultura Familiar.

Agricultores Familiares a un precio accesible a sectores populares urbanos. Según el comentario del funcionario:

“La ubicación se decide que esté en la zona, es decir se pensó en atender las necesidades de los dos extremos que siempre son castigados, que el productor que no le pagan bien y el consumidor que termina pagando caro, entonces la ubicación es porque vaya en zona más barriada, no zona céntrica o más pudiente, sino que también sea una oportunidad, un beneficio a los consumidores”. (Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones).

Bajo esas condiciones de infraestructura, el MCZ abre sus puertas todas las semanas entre los días Martes y Sábados, días durante los cuales se realizan tanto las tareas de logística de la producción (hortícola y cárnica) como diversas actividades socioculturales. Según los entrevistados, los Sábados son los días de mayor concurrencia al MCZ⁹⁴, momento en que se suelen ofrecer actividades culturales (artísticas o culinarias) que promueven la participación de los productores y a la vez incentivan el consumo de productos del mismo mercado (a través de la degustación y difusión de recetas, por ejemplo). También durante la semana, las instalaciones son utilizadas para hacer actividades sociales: Educación de adultos (Plan FINES, Acuerdo con el Consejo Escolar de Educación Primaria y Secundaria), formación en oficios, clases de taekwondo, desayunador para mujeres que reciben algún tipo de beneficio social, gimnasia, talleres de género, etc. A su vez, se promueven actividades de Turismo Receptivo, es decir, la recepción de escuelas y otros grupos sociales que demuestran interés por el mercado. Dentro del Mercado se ofrece también una exposición de “huerta” que promociona la actividad hortícola como una actividad de esparcimiento. Luego, el MCZ está dividido en cuatro sectores, que incluyen diverso número de boxes de venta, y además cuenta con dos cámaras frigoríficas (una para carnes y otra para productos fruti-hortícolas), que facilitan la operatoria diaria de los productores.

⁹⁴ De acuerdo a diversas entrevistas y fuentes, el MCZ es visitado semanalmente por entre 2000 y 2500 personas.

A partir de la infraestructura y estructura organizacional que se mencionó es que se lleva adelante la planificación de la producción, logística y comercialización del mercado.

En ese punto, encontramos primero, el trabajo realizado de identificación y convocatoria de productores interesados y en condiciones de formar parte del MCZ. De acuerdo con los datos de nuestra entrevista dicho trabajo comienza a principios de 2012, para luego de seis meses de planificación y organización, abrir las puertas del MCZ en Agosto de 2012:

“Entonces esos 6 meses, unos de los temas de eje de trabajo era ese. Hicimos una identificación de productores, o sea focalizamos, fuimos a ver dónde están, trazamos un eje todo lo que es producción de hojas no más de 60 Km a la redonda porque tiene que llegar fresco y es una cuestión de logística, mucho bulto y eso va de Roca, Andrade, Apóstoles, Cerro azul, Garupá y Gran Posadas. Y ahí bueno, identificar productores. Y así con todos los rubros (...)” (Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones).

La organización se llevó a cabo en tres fases: el primer paso fue realizar un relevamiento de productores y productos; el segundo, fue brindar asistencia técnica y financiera y por último se focalizó en organizar la modalidad de trabajo. Es decir, a partir de ese diagnóstico, la organización del MCZ comenzó a fortalecer la producción mediante el subsidio de capital de trabajo (invernáculos, sistemas de riego, media sombra, plásticos, etc.)⁹⁵ y acompañamiento técnico.

A medida que eso se fue fortaleciendo fueron emergiendo nuevas cuestiones vinculadas a la planificación:

“Lleva dos años de trabajo y una de las cuestiones que más cuesta...ahora estamos viendo recién después de dos años...se está entendiendo, es la planificación conjunta. De entender de que no solamente tenés que pensar que es lo que vos tenés en tu chacra, sino saber qué es lo que tiene el otro y en función a eso hacer y/o orientar, manejar tu empresa. No lo que querés hacer, sino lo que está demandando el mercado.” (Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones).

⁹⁵ De acuerdo con Maciel, inicialmente se había comenzado con un fondo 3 millones de pesos, mientras que al momento de la entrevista (Sep 2014) se volcaban 2 millones de pesos en forma de subsidios.

De esa manera, con el paso del tiempo, la variedad de productos ofrecidos en el MCZ se ha ido acrecentando. Por ejemplo, para el caso de los productos fruti-hortícolas, inicialmente se ofrecían 30 variedades de productos, luego se pasó a 50 y actualmente se cuentan alrededor de 100 productos fruti- hortícolas distintos.

Dada la orientación de la política de fortalecer la producción local, existe una restricción interna de ofrecer únicamente productos de las chacras misioneras. Para ello, el MCZ trabaja con 25 municipios que constituyen la “cuenca productiva”⁹⁶ del MCZ”, con los cuales existen acuerdos para llevar a cabo las tareas de control bromatológico. Sin embargo, también existe un espacio de venta habilitado que es ocupado por la “Cooperativa de almaceneros de la ciudad de Posadas”⁹⁷ desde donde se comercializan productos no sólo extra-provinciales (como papa y cebolla) sino agroindustriales como arroz, aceite, harina, puré de tomates, fideos, entre otros y a precios muy bajos.

De acuerdo al testimonio del encargado del Sector fruti-hortícola, la dinámica es la siguiente: Los productores entregan su producción en la chacra todos los días por la tarde y esta es almacenada en cajones identificados en las cámaras frigoríficas del MCZ; luego, al otro día, cada productor retira los cajones de su producción y los dispone para la venta. La existencia de las cámaras de frío junto al sistema de transporte aportado por el MCZ, permite tanto realizar un registro de los productos que ingresan y salen del mercado, así como una estimación de las ventas diarias (a través de los cambios de stock de las cámaras), aunque no hemos podido acceder a esos datos.

⁹⁶ La política provincial de lograr el autoabastecimiento local se desarrolla a partir de una estrategia de diversificación productiva basada en el desarrollo de “cuencas productivas”: *“Una cuenca productiva se define como “el territorio o lugar geográfico de características comunes”, entre las que se incluye: el cultivo/producto característico del lugar, su forma de producción, los hábitos de consumo de la población, los aspectos demográficos y culturales, las características del productor, el sistema de tenencia de la tierra. (...) ...en su sentido más operativo...(...) adquiere un significado más general, como área con cierto agrupamiento de productores especializados en la producción de algún producto, o áreas que potencialmente pueden especializarse y por lo tanto ser objeto de promoción de parte del estado provincial.”* (Arzeno, 2014: 420-421).

⁹⁷ De acuerdo con el Director del IFAI, dicha Cooperativa se gestó a comienzos del año 2000 a partir de la instalación de los primeros supermercados en la ciudad de Posadas, con el acompañamiento del gobierno provincial y como parte de una estrategia del gobierno local para aminorar el impacto de su competencia.

La labor de transporte es realizado por camiones del MCZ acondicionados con sistema de refrigeración y habilitados por SENASA. Mientras que las frutas y verduras son recogidas en cuatro puntos de entrega en un radio de 60km de Posadas; la carne es recogida a partir de seis puntos de entrega, desde distintos lugares de la provincia.

Finalmente, como parte de ese trabajo de coordinación de la producción, la dirección del MCZ tiene expectativas de crear un “cronograma” de entregas, a fin de “ordenar” la producción y la logística, y un sistema centralizado de facturación. De la misma manera que al momento de hacer las entrevistas se estaba planificando generar acuerdos comerciales con los supermercados de la zona para “abastecerlos” de productos de la Agricultura Familiar.⁹⁸

En relación a la organización de la comercialización, el MCZ está dividido en cuatro sectores de acuerdo a los productos allí presentes: cárnico, fruti-hortícola-, varios y pre-elaborados. Luego, hacia dentro de cada sector, los productores exponen sus productos en boxes de venta ordenados de acuerdo al municipio de origen⁹⁹ y en otros casos a la organización de origen.

Como se mencionó en el apartado 3.4 del Capítulo III “El Mercado Concentrador Zonal”, en el mercado participan diversos productores, emprendedores y empresas, organizados en torno a cuatro sectores. Cada uno de estos sectores cuenta con un “Encargado de Sector” que organiza las tareas diarias (especialmente la administración de los productos y las cámaras de frío) y se ocupa de atender las necesidades de los productores.

En el caso del sector fruti-hortícola, los productores fueron organizados en una cooperativa:

⁹⁸ De hecho, según las noticias locales, ya se han realizado acuerdos de venta con un gran supermercado de la zona.

⁹⁹ De acuerdo a su Departamento de origen, los municipios son: Apóstoles (Apóstoles, Azara, San José); Concepción (Concepción de la Sierra) ; Capital (Posadas, Garupá, Fachinal); San Ignacio (Corpus , San Ignacio, Gobernador Roca, Jardín América, Santo Pipó); Leandro N. Alem (Andrade, Leandro N. Alem, Cerro Azul,) Candelaria (Cerro Corá, Loreto, Bonpland, Mártires, Santa Ana, Profundidad); Guaraní (El Soberbio, San Vicente); San Javier (San Javier); Gral. Manuel Belgrano (Bernardo de Irigoyen). Fuente: observación a campo y folleto institucional.

“Todos los productores frutihortícolas, armaron una cooperativa entonces para mí en ese sentido se me facilita mucho porque yo tengo uno, dos interlocutores para hablar no tengo que hablar con todos o con c/u de ellos, ellos me identificaron un técnico, un ingeniero que lo financiamos desde acá, pero es ese técnico que se reporta a la cooperativa, lo asesora, entonces todo eso es darle herramientas para darle independencia a la cooperativa...(...)” (Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones).

De esa manera, la presencia de los productores no es continua durante la semana sino rotativa hacia dentro de los grupos. Y además, eso les permite tomar créditos en conjunto, hacer compras colectivas de insumos como semillas, abonos, invernáculos, fungicidas, etc. De la entrevista con algunos de ellos, observamos que en algunos casos se tratan de productores que contratan trabajadores rurales permanentes y eso les posibilita dedicarse a la comercialización. En otros casos, la venta en el MCZ representa una actividad complementaria a otras (producción y venta de carne, huevos, conservas en la propia chacra, fabricación de ladrillos, venta de ropa, etc.) y las superficies trabajadas no superan las 2ha. (con producción a campo y en invernáculos). En otros casos, hay productores que también comercializan en las ferias francas de Posadas. Ello se evidencia los días Miércoles cuando la concurrencia al MCZ es muy baja, dado que tanto productores como consumidores se acercan a la tradicional Feria Franca Santa Rita, ubicada en el mismo barrio.

De acuerdo a las entrevistas, la visión tanto de los feriantes de Posadas como de los funcionarios consultados, indican que no en todos los casos se tratarían de “pequeños productores”, y que además en ciertos puestos, quiénes estarían realizando el trabajo de comercialización serían trabajadores empleados. Esto es particularmente criticado en relación a los productos cárnicos que se ofrecen que en su mayoría provienen de COFRA que *“es una empresa cooperativa que desde el año 1.989 implementa un Sistema de Producción Agroindustrial Integrado, vinculando la Producción Primaria (Granos, porcinos y bovinos), con la Producción Industrial (Alimentos balanceados,*

faena de porcinos y vacunos, cortes frescos, embutidos y chacinados) y su posterior Comercialización.” (Fuente: página web institucional)¹⁰⁰.

En otros casos, como el de la Cooperativa Agrícola de Campo Viera Ltda., que ofrece pescados enteros y eviscerados, la comercialización a través del MCZ representa uno de sus canales de comercialización, pero no el principal. Dicha cooperativa es abastecida por un centenar de colonos de la zona centro de la provincia y ha recibido el apoyo del Ministerio del Agro y la Producción y del Ministerio de Trabajo de la Nación para la instalación de su propia fábrica de faena. En este caso, el proceso de integración es favorecido por las políticas locales y nacionales hacia una especialización productiva.

Lo relevante en ambos casos es que la constitución como cooperativas representa una formalidad dado que en las prácticas se organizan como una empresa de capital.

En términos del destino de la comercialización y la modalidad de venta, los distintos entrevistados referían a que las ventas semanales se destinan principalmente a comerciantes posadeños (verduleros o comerciantes vinculados al rubro gastronómico) mientras que los fines de semana se da una mayor concurrencia del público vecino. Las ventas se realizan tanto a escala “minorista”, respetando la lógica de la venta directa del productor al consumidor, como “mayorista”, en el caso de los comerciantes.

En otros casos, desde la administración del MCZ se articulan acciones de comercialización a través de:

- a) Oferta de “bolsones de verduras”, promocionados ocasionalmente o en días festivos (“Semana Santa”, “Día del Padre”, “Día de la Madre”, “Semana de Mayo”, “Día de la Independencia”, etc.).¹⁰¹

¹⁰⁰ De acuerdo con datos publicados por la misma empresa, esta produce anualmente 12.500.000 Kg de Alimento Balanceado; entrega 34.000 cerdos al frigorífico; nuclea a 350 productores de soja y maíz, 140 productores de cría y terminación, y 120 productores de ciclo completo. La cooperativa emplea a 44 operarios (fábrica de A B / UPL/ Transp. / Mant.) y 2 profesionales (Sistema de garantía sanitaria) y cuenta con 3 Unidades Productoras de Lechones, 1 Fábrica de Alimento Balanceado. (San Vicente), y un edificio donde funciona la Administración Central (Leandro N. Alem). Fuente: <http://www.frigorificocofra.com.ar/produccionprimaria.html>. Consultado el 20/08/15.

- b) Entrega de productos a diversos sectores de los Ministerios de Desarrollo Social y de Educación y al Consejo General de Educación de la provincia.
- c) Entregas de alimentos a escuelas con comedores escolares, aunque dicha actividad no se realiza en forma sistemática.
- d) Participación en ferias y encuentros en otras zonas, como la “Feria de Caminos y Sabores” o el “Festival Raíz” de la feria de ciencia y tecnología (Tecnópolis), que anualmente se realizaban en Buenos Aires. En otros casos, los emprendedores urbanos del MCZ participan de encuentros organizados por el Ministerio de Desarrollo Social, “Posadas Produce” que reúne a otros emprendedores de la economía popular.
- e) Participación en ferias barriales: ferias “Hacer en los barrios”¹⁰², que son co-gestionadas por programas municipales y provinciales de acción en los barrios posadeños, “Posadas Produce”¹⁰³ y “Hecho en Misiones”¹⁰⁴.
- f) Comercialización a supermercados locales.

Respecto a los precios, de acuerdo a lo observado para el sector frutihortícola, y a las diversas entrevistas, éstos se deciden en función de otros mercados. Los representantes de la administración del MCZ nos mencionaron que se hace un relevamiento de precios

¹⁰¹ Un diario local lo difundió de esta manera: “Durante toda la semana, los sectores Cárnicos y Frutihortícolas del Mercado Concentrador Zonal abren sus puestos con interesantes propuestas por el Día de la Madre, que se celebrará este domingo. Las ofertas incluyen cortes de cerdo, jamón, asado y bolsas económicas de verduras. Las bolsas económicas de verduras la ofrecen los productores nucleados en la Cooperativa del Mercado Concentrador, cuyos puestos se encuentran en la puerta de entrada de ambos pabellones frutihortícolas del centro comercial, se informó ayer.” (Ofertas por el Día de la Madre en el Mercado Concentrador. 15/10/2014. Diario digital, El territorio).

¹⁰² Entre ellos encontramos los siguientes barrios: Los lapachos; Los Leones; Kennedy; Belgrano; Villa Urquiza; Chacra 38 bis; Itaembe Mini; Villa Poujade; Arroyo Vicario; y, Los Pinos.

¹⁰³ El programa “Posadas Produce” pertenece al Programa Municipal de Desarrollo Socio Productivo de la Secretaría de Promoción del Desarrollo y la Dirección General de Desarrollo Económico. Tuvo sus inicios en diciembre del 2010 y forma parte de la estrategia municipal de promover políticas de desarrollo económico local, a través del apoyo, creación y fortalecimiento de emprendimientos productivos. Sin una organización sistemática, todos los años se organizan ferias “Posadas produce” en diversos lugares de la ciudad. De acuerdo a la información disponible tienen la regularidad de realizarse cada un mes y medio, excepto en meses especiales donde la comercialización puede ser mayor (Noviembre, Diciembre).

¹⁰⁴ El programa “Hecho en Misiones” pertenece a la Subsecretaría de Coordinación y Promoción de la Economía Social del Ministerio De Desarrollo Social, La Mujer Y La Juventud de la Provincia de Misiones. Dicho programa se inicia a comienzos de 2010 y está destinado a diversos emprendimientos de la Economía Social. Dentro de sus líneas de acción figuran: la marca colectiva “Hecho en Misiones”; la REDEM (Red de Emprendedores); y, la organización y participación en distintas Ferias (Festivales Hecho en Misiones, las Ferias de Emprendedores de la Economía Social y la participación en Ferias Provinciales y locales).

de distintos puntos: ferias francas, mercados y supermercados locales cercanos y precios de referencia del Mercado Central de Posadas¹⁰⁵. Frente a ello, los encargados de sector fijan “Precios máximos” y “Precios Mínimos” que se publican en una pizarra común a la vista del público. De acuerdo con una productora, cada dos semanas se hacen reuniones de actualización de precios. En otros casos, el MCZ suele ofrecer diversos productos en precios de “promoción”, generalmente, ligado a ocasiones festivas. Luego, la difusión de los productos, sus precios y promociones, se realizan mediante folletería, revistas propias y publicaciones en los diarios locales.

Por otro lado, como parte de la planificación logística a un nivel provincial, actualmente se está trabajando en la planificación de un nuevo MCZ en Oberá y se proyecta abrir otros dos en Puerto Rico y Eldorado¹⁰⁶. Para el caso de Oberá, la primer etapa, semejante a la que se realizó en Posadas, es la de identificación de productores a través de los actores locales (INTA – Sec AF- FONAF, Municipio, representantes de las ferias francas de Oberá). Se espera con ello poder contactar a un conjunto de productores e identificar los productos que ellos generan, para luego analizar qué productos se pueden ofrecer y cuáles habría que reforzar o desarrollar dentro de una lógica de “cuencas”. La prioridad de la gestión del MCZ es garantizar variedad, calidad y continuidad en la producción, lo que significaría contactar a productores de otras zonas que ofrezcan los productos “faltantes”.

¹⁰⁵ Sin embargo, indirectamente también son tenidos en cuenta los precios del Mercado Central de Buenos Aires y Corrientes, cuando el precio de los Supermercados locales o los del Mercado Central de Posadas tienen precios mucho más caros.

¹⁰⁶ Como parte de esas prácticas centralizadas, el trabajo de construcción de los edificios es gestionada por medio de licitaciones públicas a diversas empresas constructoras privadas (Empecor SRL e Incomac SRL.), para las cuales se preveía un presupuesto de 14 millones de pesos. (Avanzan licitaciones para mercados concentradores de Oberá y Puerto Rico. 25/06/ 2014. Diario digital, Misiones Online). Actualmente, los tres mercados se encuentran en construcción y se espera que entre el mes de Septiembre y fines de este año se logra su inauguración (El septiembre se inauguraría el segundo Mercado Concentrador en Puerto Rico. 27/07/15. Diario digital, Misiones Online/Agro y producción).

El objetivo de instalar estos cuatro mercados es asegurar un intercambio regional entre ellos, pero que a la vez funcionen como “centros de acopio” para trasladar a Posadas los excedentes.

Decimos finalmente, a partir de los elementos mencionados, que la centralización de la organización de la producción y comercialización de los productos de la AF, así como de la centralización de la infraestructura y la logística, pareciera promover un incipiente proceso de concentración y especialización de la producción y comercialización. Pues, el Mercado Concentrador es gestionado en forma centralizada en la dirección técnica del mismo y la dirección política del IFAI, de quien además se obtienen los recursos para su financiamiento. Si bien el ingreso al MCZ es libre y gratuito (de acuerdo al comentario de algunos productores ellos fueron convocados en sus propias chacras a través de técnicos del IFAI) porque se plantea como una política de generación del sustento a partir del propio trabajo, no ha desarrollado instancias de participación democráticas que impliquen el involucramiento de los productores en la gestión directa de recursos y toma de decisiones. Por ejemplo, en el mecanismo de definición de precios que mencionábamos más arriba, o, en los criterio de incorporación de productos, productores (que sólo pueden ser Misioneros) o elección de otros canales de comercialización, que dependen de decisiones centralizadas en la dirección técnica. De alguna manera esta cierta “impersonalidad” que adopta el puestero del mercado se refleja en algunas respuestas de las entrevistas: “*Le traemos*”, “*Ellos nos piden que traigamos*”, etc. Creemos que un modo de madurar el esfuerzo actual de los recursos públicos puede ser a través de un proceso acompañamiento en el involucramiento de los productores en la gestión directa del mercado, de manera de asegurar su sostenimiento en el tiempo y de favorecer procesos autónomos, que consolide un entramado social entre productores, consumidores y el aparato estatal.

Sobre esto, y apelando a un antecedente previo en la provincia, es de lo que nos advertía uno de nuestros entrevistados:

“Y porque en la década del '70 ya existían ferias ambulantes, que ya eran manejadas por la municipalidad, no había infraestructura, sino que la municipalidad había hecho un calendario y avisaba a la población que en determinado día un grupo de feriantes iba a estar en determinado barrio y esa era toda la colaboración (...) Después en el '82 se empieza a trabajar sólidamente en un mercado concentrador en Misiones. Y se construye en un predio cedido por el INTA que resulto ser...el Mercado Central (de Posadas) (...).”

“(...) El proyecto completo era hacer, te estoy hablando del '82, 4 naves para el sector mayorista, 2 naves para el sector minorista, y una playa libre a la intemperie. Entonces en esa playa libre y en el sector minorista, los productores de la provincia podían venir con sus productos a vender directamente al vendedor... (...) En la práctica lo que se ha visto fue, una nave para el sector mayorista, y en realidad ... (...) ... el sector minorista no tuvo cabida. Es decir, el sector minorista lo que hace es va y le vende al acopiador, no es cualquier minorista el que le vende, sino que tiene una cierta infraestructura porque ahí también exigen calidad y cierta continuidad.” (Funcionario del Ministerio del Agro y la Producción de Misiones, 19/09/2014, Posadas, Misiones).

Es decir, lo que comenzó como un proyecto para favorecer a pequeños productores, terminó canalizando recursos estatales que favorecieron un proceso de concentración de la comercialización y el abastecimiento local a partir de las producciones externas.

~ PRÁCTICAS DE ORDEN MESO SOCIOECONÓMICA: LA ARTICULACIÓN CON LA ESTRUCTURA MUNICIPAL Y PROVINCIAL.

En el orden meso-socioeconómico, consideramos que el proyecto del MCZ en parte se sostiene en el proceso de institucionalización en la estructura municipal (bromatología, promoción de ferias) y provincial de los procesos de control y fomento de la comercialización de alimentos de la AF. En este caso se trata de una institucionalización formal que reconoce las características de la producción y comercialización de la AF como prácticas ya existentes, y que entendemos, contribuiría a favorecer procesos de institucionalización (en el orden del sentido común, de las prácticas) en la medida que los legitima.

A nivel provincial, encontramos, en principio, a la Ley provincial de “Desarrollo, promoción y fomento de la Feria Franca y Mercado Zonal Concentrador de Ferias Francas de la Provincia” (Ley III - N° 10) que es la que habilita la operatoria de este mercado, pero a su vez regula y legitima a las organizaciones de ferias francas de la provincia. Dicha ley prevé que el Mercado esté *“destinado primordialmente a conformar, desarrollar y fortalecer una red de feriantes inscriptos en el Registro Provincial de Ferias Francas y agentes misioneros involucrados en la cadena que se extiende desde la elaboración hasta la comercialización final de productos alimenticios obtenidos en la provincia de Misiones”* (Art. 11 Ley III N°10, Publicada en BO, N°12791: 6, provincia de Misiones). A pesar de ello, en la práctica, el MCZ funciona en forma autónoma a dicho Registro puesto que desde la implementación de la ley aún no se ha logrado una cobertura total de la cantidad de feriantes que operan en la provincia. Por otro lado, y de acuerdo a lo desarrollado en el apartado anterior, el MCZ no opera con una estructura de red, como sí encontramos en la organización de las ferias, lo cual tiene implicancias, como ya se mencionó en el modo en que se organiza la producción, circulación y consumo de los alimentos.

Luego, a partir de la puesta en funcionamiento, esa institucionalización también se materializa en los acuerdos de control sanitario establecidos entre el MCZ y los distintos municipios que forman parte de su “cuenca productiva”¹⁰⁷ a partir de los cuales se realiza el control bromatológico de los productos que se destinan al MCZ. La presencia de dichos acuerdos son los que posibilitan la circulación de los alimentos.

Al mismo tiempo que la “Ley de Ferias”, la institucionalización se da con la sanción en el año 2010 de la Ley de “Registro Provincial de Salas de Elaboración de Alimentos

¹⁰⁷ Para comercializar en el MCZ, los agricultores familiares deben inscribirse en el registro que lleva el mercado, y cumplir con los controles sanitarios municipales.

Artesanales y el Registro Provincial de Alimentos Artesanales”¹⁰⁸, cuya autoridad de aplicación se da en el ámbito del Ministerio de Salud Pública de Misiones (a través de la División de Alimentos de la Subsecretaría de Atención Primaria y Salud Ambiental)¹⁰⁹. De acuerdo a como lo reconoce el propio jefe de la División esta ley no surge de la creatividad institucional sino del propio proceso social de reconocimiento de las necesidades de los agricultores familiares y otros emprendedores de la economía popular:

“En la provincia de Misiones nosotros venimos trabajando hace diez años. No venimos trabajando porque seamos unos genios; las ferias francas existen desde el ‘95 como emergente social de una crisis profunda de nuestro país, obviamente todos lo sabemos... Eh...y hasta incluso pudimos ver nosotros claramente lo que fue el club del trueque...El trueque en la provincia de Misiones. No se si en otras partes existió pero acá si existió. Entonces hemos visto esos emergentes sociales que nos han marcado a fuego y nos han dicho: “algo está pasado, algo tenemos que hacer”. En el 2005 nosotros empezamos a trabajar en el área de la bromatología provincial...y bueno...ahí estamos...(...)...teníamos como 65, 60 ferias en ese momento y dijimos, quién controla esto? Y entonces estaba en el ámbito...no, no eso no hay que controlar porque no está habilitado entonces la gente se come de eso...entonces el problema es la gente...y yo les decía, pero nosotros somos los que tenemos que garantizar a los consumidores y ver cuando lo están elaborando como le aseguramos ahí para...para que no pierda el guiso... bueno, ahí nos fuimos metiendo, hablando con los municipios... (...)” (Jefe de la División de Alimentos de la Subsecretaría de Atención Primaria y Salud Ambiental - Ministerio de Salud Pública de Misiones. 27/06/2015, Oberá, Misiones).

En su momento, dicha ley fue presentada a su vez como parte de las “políticas específicas, *planes y programas destinados a lograr la soberanía alimentaria..(...)* necesario para superar la brecha entre el Código Alimentario y productos que actualmente se producen y comercializan en el mercado local”. (“Regulan la

¹⁰⁸ Para la redacción de la ley se creó una “Comisión redactora” de la cual participaron: “los Ministerios del Agro y de la Producción, de Salud Pública; la Secretaría de Acción Cooperativa, asociaciones de feriantes, de almaceneros, la Universidad Nacional de Misiones, el INAL, los municipios, entre otros organismos públicos y privados” (Fuente: Presentarán la reglamentación de la Ley de Registro de Elaboración de Alimentos Artesanales. 10/02/2011. Diario Misiones Online. Archivo/Salud).

¹⁰⁹ Esta División es responsable también de llevar adelante el Registro Nacional de Establecimientos (RNE) y el Registro Nacional de Productos Alimenticios (RNPA) previstos por el Código Alimentario Argentino (CAA). De manera que la aprobación de dicha ley provincial representa una adecuación de la institucionalidad a las condiciones locales de producción.

elaboración artesanal de alimentos en Misiones” diario digital: primeraedicionweb.com.ar 6/08/10).

De acuerdo con esta ley, se reglamenta la producción y circulación de “alimentos artesanales” en el ámbito de la jurisdicción provincial. Dicha ley es llevada a cabo mediante la acción directa del Ministerio¹¹⁰ y también a partir de los convenios con distintas municipalidades adherentes “*a efectos de promover y facilitar el procedimiento de inscripción, habilitación y posterior contralor de las salas de elaboración de alimentos y de los alimentos que en ellas se produzcan.*” (Art. 8 N° LEY XVII - N° 71). Para el caso del MCZ, esta ley facilita la formalización de la comercialización de los productos elaborados (especialmente panificados y chacinados) de origen misionero.

De todas maneras, de acuerdo a lo expresado por el Jefe de la División, la implementación de la Ley aún es incipiente, para lo que se viene trabajando en la realización de cursos de capacitación, y la respectiva emisión de los registros y habilitaciones correspondientes. Según el funcionario, desde la aprobación de la ley (hasta el momento de hacer el trabajo de campo, en Junio de 2015) se han habilitado 100 salas de elaboración y se han registrado 600 alimentos, mayormente provenientes de la Agricultura Familiar. Por otro lado, la aplicación de la Ley ha requerido la instalación de un laboratorio de análisis propio del Ministerio de Salud Pública, reforzando el esfuerzo de llevar adelante esa política.¹¹¹

¹¹⁰ La misma se implementa a partir del Programa Provincial de Alimentos Artesanales (PPAA) y su articulación con el Programa Federal de Control de Alimentos (PFCA), coordinado por la ANMAT, a través del Instituto Nacional de Alimentos (INAL).

¹¹¹ “(...) durante los meses de Octubre y Noviembre último se visitaron las localidades de Oberá, Leandro N. Alem, San Javier, 25 de Mayo, Alba Pose, Aurora, El Soberbio, Bernardo de Irigoyen, San Antonio y Comandante Andresito, Desde el programa indicaron que se realizaron reuniones con los equipos de Bromatologías Municipales y otros agentes relacionados con el INTA Y la Secretaría de Agricultura, SENASA. Por otra parte, se realizaron encuentros con productores artesanales, para la difusión y sensibilización sobre el programa de alimentos artesanales con exposición de generalidades, objetivos y actividades. En cada visita se hicieron toma de muestras de los productos alimenticios, se efectuaron auditorias de seguimientos a la sala de elaboración que iniciaron los tramites en el 2013 Y se entregaron los registros de la Sala de Elaboración y productos artesanales a productores que iniciaron los tramites en el 2013.” (El Ministerio de Salud Pública busca lograr la aplicación real y efectiva de la Ley de Alimentos Artesanales en los distintos municipios de la Provincia. 12/12/2014. Boletín digital del Ministerio de Salud Pública de Misiones).

Por otro lado, como decíamos más arriba, la labor del MCZ se ve complementada por la articulación interinstitucional para la gestión de la comercialización de los alimentos provenientes de la Agricultura Familiar. De acuerdo a lo observado, la articulación con otros organismos públicos, permiten por un lado ampliar los canales de comercialización de los productores, y por otro, asegurar un canal de comercialización de otras políticas de promoción de la producción,

En el primer caso nos referimos a los acuerdos con los programas municipales y provinciales de acción que organizan las diversas ferias mencionadas: “Hacer en los barrios”, “Posadas Produce” y “Hecho en Misiones”. También, a la participación del MCZ en el programa “Misiones Camina” del Ministerio de Salud Pública, el cual además de promover actividades físicas y la instalación de aparatos para actividad física en las plazas y otros espacios públicos, promueve la instalación de “kioscos saludables” en escuelas estatales donde se vendan productos de la Agricultura Familiar. En el nivel nacional, los productores del MCZ participan en ferias anuales como la “Feria de Caminos y Sabores” o el “Festival Raíz” de la feria de ciencia y tecnología (Tecnópolis).

Mientras que, en el segundo término, se trata de los espacios cedidos (cuatro boxes) por el MCZ para comercializar los excedentes de producción de las familias que participan del Programa “Fortalecimiento del Cinturón Verde” llevado adelante por la Dirección General de Producción y Ferias Francas (dependencia que fue creada en el año 2012 en la órbita de la Secretaría de Promoción del Desarrollo del municipio de Posadas)¹¹².

¹¹² Dicho programa promueve la organización de ferias barriales, y la capacitación en prácticas de huerta urbana en escuelas y casas de familia. De acuerdo con un informe de Octubre de 2014 de dicha Dirección: “*Los talleres de huertas se vienen realizando desde 2013 y en lo que va de este año ya se desarrollaron más de 23 talleres concretados, con la participación de más de 530 personas en todo el ámbito de la ciudad, de manera coordinada con las Delegaciones Municipales de cada zona; en instituciones educativas y organizaciones sociales interesadas en producir sus propios alimentos...(...) .. En cada encuentro a los presentes se les provee de instructivos sobre propiedades nutritivas de los alimentos, calendarios de siembra y semillas para comenzar a producir los primeros alimentos.*” (Informe Octubre de 2014, Dirección General de Producción y Ferias Francas).

Así como también, el MCZ funciona como el canal de comercialización de algunas políticas de nivel provincial implementadas por el IFAI¹¹³. Dicho organismo viene trabajando hace algún tiempo en la recuperación de una cuenca lechera en Leandro N. Alem a partir del acompañamiento a una tradicional cooperativa de la zona que fue reactivada a fines de 2013¹¹⁴. Dicho trabajo consiste en el direccionamiento de subsidios para la compra de maquinaria y mejora de las instalaciones de la fábrica elaboradora, así como la asistencia técnico financiera a los productores que abastecen la cuenca (picadoras de forrajes, semillas de avena para suplemento de invierno, atención sanitaria de los animales, compra de animales de una genética productiva mayor). El MCZ ha permitido comercializar desde comienzos de 2015, dulce de leche, leche pasteurizada, yogur y helado, dándole continuidad a una empresa local con marca propia (“Leandrito”). Sin embargo, a pesar de que no hay una intermediación (con apropiación de valor) la exposición de los productos en góndolas semejantes a los de un supermercado omite la construcción de lazos sociales entre productores y consumidores. A ello debe sumarse el trabajo conjunto del IFAI con la Secretaría de Agricultura Familiar (SAF), en el desarrollo de “cuencas productivas” y el apoyo técnico y financiero, que en algunos casos se direcciona a la comercialización a través del MCZ.

¹¹³ Según datos periodísticos, el presupuesto del IFAI para el año 2015 sería de 190 millones de pesos, los cuales se destinarían a darle continuidad a las políticas actuales: la gestión del Ingenio azucarero de San Javier; el MCZ, el desarrollo de la cuenca hortícola de la zona sur junto al trabajo de planificación de los mercados de Oberá, Puerto Rico y Eldorado; el financiamiento de maquinaria para la carpintería Garuhape-Mi; el fortalecimiento de la producción lechera de la Cooperativa Leandrito Alem Limitada; y, el trabajo de expropiación y titularización de tierras en la zona de Alto Paraná. Así también se agregaría una línea de trabajo para la producción de 100 ha de semillas con productores de San Pedro y el acompañamiento a comunidades Guaraníes para el autoabastecimiento de maíz.

¹¹⁴ Se trata de una cooperativa que comenzó a operar en 1995 y cerró sus puertas en el año 2010. A partir de las políticas del IFAI, dicha cooperativa comenzó procesando entre 500 y 1000 litros de leche diarios, a partir de la producción de 35 colonos (que poseen entre 6 y 10 vacas de raza criolla y en algunos casos con cruza de razas lecheras como Holando, Jersey y Gir).

5.3. EL PRINCIPIO DE PRODUCCIÓN SOCIAL EN EL MCZ: ENTRE EL AUTOABASTECIMIENTO LOCAL Y LA MERCANTILIZACIÓN DE LOS ALIMENTOS.

La presencia de una gran cantidad de agricultores familiares en la provincia de Misiones, viene siendo acompañada por diversas políticas públicas de fortalecimiento a la producción y comercialización. El objetivo declarado, según su ex gobernador es:

“Nuestra provincia tiene un enorme desafío, alcanzar la soberanía alimentaria. La soberanía alimentaria es un concepto que significa: pongámonos a producir en esta maravillosa y bendita tierra la mayor cantidad de alimentos que podamos, para que podamos nosotros llenar la mesa familiar sin tener que sacar nuestro dinero y mandarlo a otra provincia del país u otro lugar del mundo”. (Misiones, calidad y eficiencia reclamó Closs para alcanzar la soberanía alimentaria” diario digital: noticiasdel6.com 25/01/13).

En tanto que la experiencia del MCZ: *“forma parte de una política de Estado orientada a garantizar el acceso a los alimentos por parte de la población, a la vez que busca asegurar a los productores de nuestra provincia que cuenten con un espacio donde comercializar sus productos.”* (Folleto del MCZ). Es decir, no sólo se trata de garantizar la producción local a partir de la AF, sino del acceso al consumo.

Si bien el mercado constituye una forma de legitimación de la producción local y una reivindicación al rol de la AF como proveedora de alimentos - evidenciado en la proyección de “lograr el abastecimiento local” a partir de la instalación de los distintos mercados (en Posadas, Oberá, Puerto Rico y Eldorado)-, aparecen allí también ciertas prácticas que parecen favorecer procesos de mercantilización de la alimentación que desvirtúan el sentido original del mercado.

Así, en la coordinación de la comercialización que organiza el espacio y los productores dentro del mercado, consideramos que la separación de los emprendimientos por tipo de producto (carnes, fruti-hortícolas, varios y panadería) no concuerda con la organización del fondo de trabajo de las UD típica de la AF, donde existe una complementariedad entre diversas calidades de recursos para la reproducción integral del grupo doméstico.

Antes bien, la fragmentación de las producciones, develan un incipiente proceso de uniformización y homogeneización de los productos y de las actividades productivas, que en última instancia, repercuten en la organización interna de las UD. Es decir, la individualización de productos y productores en el MCZ, consideramos que atenta contra esa lógica de integralidad y complementariedad, desnudando el contenido sustantivo de lo que significa la construcción colectiva de un mercado y favoreciendo su mercantilización.

Así también, la estrategia que se plantea desde el MCZ de favorecer procesos de especialización productiva, junto al proyecto futuro de generar un “cronograma de entregas” que haga un uso más eficiente de los recursos, consideramos que podría favorecer un proceso de mercantilización de los alimentos y del trabajo doméstico. Esto es así porque entendemos que genera un desarreglo en la identidad “producción = consumo” que caracteriza a los agricultores familiares, configurando una organización del trabajo en torno a “las necesidades del mercado” (cumplir con un cronograma, ajustar formas de entrega, aumentar los volúmenes producidos y reducir la variedad de productos, etc.).

De manera análoga, un referente nos mencionaba:

“Lo que se busca es que el productor tenga productos comercializables todo el año, tanto frutas como verdura. Siempre estamos hablando de productos que se puedan realizar en la provincia, teniendo en cuenta el clima acá no es frío, así que la fruta que necesitan frío no anda”
(Funcionario del Ministerio del Agro y la Producción de Misiones, 18/09/2014, Posadas, Misiones).

Prácticas de este tipo presentan una disyuntiva entre quienes sostienen la postura de respetar la estacionalidad natural de los alimentos (evitar la dependencia de tecnología externa y mantener las formas de organización del trabajo doméstico) y los que proponen tecnologías de producción (invernáculos o cámaras de frío por ejemplo) que

permiten obviar esas condiciones pero significan también un reordenamiento del trabajo doméstico.

Detrás de estas acciones parecería que subyace una lógica orientada a lograr que el feriante pueda prescindir de sus otras relaciones mercantiles para dedicarse exclusivamente a la comercialización, no ya de su excedente sino de su producción mercantil. Sin embargo, al observar la experiencia de feriantes (algunos de ellos que participaban de las ferias desde sus comienzos), los productores mencionaban la presencia de cultivos de renta -como yerba, frutales o mandioca- o la complementariedad con la venta local de otros alimentos (carne, leche, huevos, etc.) o el trabajo asalariado, como parte de la constitución del fondo de trabajo y una estrategia de estabilización de ingresos. Una situación semejante fue relevada entre algunos productores consultados en el Mercado Concentrador de Posadas. En algunos casos, incluso complementando su actividad “rural” con emprendimientos urbanos (venta de ropa, producción de ladrillos, etc). Con esto queremos decir, que la forma de coordinación del MCZ, podría no estar reconociendo la organización doméstica de la economía popular, caracterizada intrínsecamente por la constitución diversa de su fondo de trabajo, y afectando de esa manera, sus arreglos para la autoproducción.

Por otro lado, en relación al acceso al consumo, la autoproducción como una práctica democratizante se observó en aquellas actividades de fomento y concientización, como la realizada a través del Programa Municipal “Fortalecimiento del Cinturón Verde” que realiza talleres de huerta orgánica en los barrios de Posadas y facilita la comercialización de los excedentes de los emprendedores a través del MCZ, es uno de los modos en que se intenta acercar al consumidor hacia prácticas de autoproducción de alimentos. De la misma manera, que los talleres de cocina, que utilizan productos presentes en el mercado, si bien son formas novedosas de promocionar la compra,

también constituye una forma de interpelar las formas de consumo y elaboración de los alimentos. En otro caso, la exposición de una “huerta modelo” perteneciente a una cooperativa de trabajo que ofrece plantines hortícolas y talleres de huerta orgánica en la ciudad, o, la promoción de “kioscos saludables” en las escuelas, también son parte de expresiones urbanas de una búsqueda de la autoproducción de alimentos y de la problematización de la calidad alimentaria, aunque quizás no sean tan contundentes en su contenido político. Sin embargo creemos que contribuye a la institucionalización de prácticas autárquicas (particularmente vinculadas a la alimentación) en tanto buscan interpelar las identidades urbanas con prácticas “rurales”.

Sin embargo, tales prácticas se contradicen a su vez con ciertas acciones de difusión y modalidades de comercialización. Así, la difusión de los productos (y sus precios) presentes en el MCZ a través de revistas y medios digitales, la comercialización “al por mayor” y de bolsones de verdura o la entrega de alimentos –verduras generalmente- a diversas escuelas, consideramos que contribuye a construir un imaginario del MCZ, donde es posible encontrar una oferta “barata” de alimentos que atiende a resolver el “acceso” a los alimentos a una proporción más amplia de población. Consideramos que estas prácticas resultan en una mercantilización de los alimentos, en tanto se invisibiliza al productor que hay detrás de él, en parte quizás por la intermediación simbólica del MCZ que marcábamos más arriba.

En un orden meso, como ya lo mencionamos en el apartado anterior, encontramos que las prácticas de legitimación de la producción local y el rol de la AF, que es reivindicado en las prácticas feriantes, en el caso del MCZ, es resignificado frente a la heterogeneidad de productores presentes. El intento de aumento de escala a partir del MCZ, desde la perspectiva de análisis de las cadenas de productos (carnes, granos, lácteos, etc.), no hace más que poner en evidencia el grado de concentración alcanzado

por el sistema agroalimentario local, como una condición estructural, y su profundización a partir de la política. Es decir, bajo la forma de coordinación del MCZ, no sólo resulta “previsible” que algunos agentes del mercado sean productores de tipo empresario, sino que la tendencia se refuerza a partir del propio Estado.

5.4. PRÁCTICAS DE RECIPROCIDAD Y REDISTRIBUCIÓN EN QUE SE SOSTIENE LA EXPERIENCIA.

La construcción de un mercado desde la esfera estatal para un actor social como la AF, también pone en juego los modos en que se institucionalizan las relaciones de reciprocidad y redistribución. De acuerdo al sentido que tomen estos principios es que consideramos que se da lugar a relaciones democráticas o, en otros casos, se favorecen relaciones asimétricas de poder que ponen en juego la autonomía de los agentes.

En relación al Mercado Concentrador Zonal, creemos que la puesta en marcha de un mercado bajo la organización estatal se enfrenta al desafío tanto de evitar ser una política asistencialista (como un subsidio a la comercialización cuya sostenibilidad además dependa de la continuidad política del gobierno actual) como de transformarse en una empresa estatal (como un “supermercado estatal” con precios bajos o populares) donde se comprometa la autonomía de los agricultores familiares que discursivamente se pretende promover. La función redistributiva del MCZ, es (o debería ser) concretamente la democratización del mercado para la AF, favoreciendo el acceso a aquellos productores que en el mercado competitivo no tendrían lugar. De acuerdo con eso, nos parece que las prácticas recíprocitarias y redistributivas que se dan allí pueden potenciar alguno de esos caracteres.

Pero además, la función redistributiva del Mercado que organiza la producción, distribución, circulación y consumo, en algunas instancias adopta el carácter de una relación unidireccional que recrea una relación de poder asimétrica entre los actores.

Por un lado, la ausencia de instancias de participación democrática y de construcción de acuerdos colectivos entre los productores del MCZ, consideramos que altera el compromiso recíproco de los agentes para asegurar la continuidad y autenticidad del proyecto porque no permiten visualizar el efecto de las acciones individuales sobre el colectivo. En el MCZ no encontramos registro de la existencia de un estatuto o reglamento interno, aunque sí existen pautas explícitas de funcionamiento emanadas por la gestión centralizada del MCZ. De manera que la gestión estatal en ese caso adopta un rol “policía”, resguardando que se cumplan las condiciones establecidas: [por ejemplo, con respecto a la reventa de productos]

"-...lo que más cuesta...eh, pero que quizás es un error operativo de quienes están administrando hasta el momento, es controlar que la producción sea propia... y en eso insistimos mucho...porque fácilmente, donde no hay un control, el productor va y compra al Mercado Central producciones que no sabemos ni de dónde vienen...eh entonces en eso estamos, estoy insistiendo al organismo de aplicación que sea un poco más duro...y también decimos en los medios, que el consumidor ayude en eso...porque el consumidor tiene miedo de dañar al productor cuando dice que ese producto no es propio..." (Diputada provincial, 28/06/15, Oberá, Misiones).

De esa manera, consideramos que el MCZ cae en la contradicción de intentar dar un espacio a productores con mayor capacidad productiva que en las ferias, y, conservar a la vez, los acuerdos explícitos e implícitos que implica “la comercialización directa entre productor y consumidor”, pues su accionar como “mediador” debilita la consolidación de los agentes como actores políticos. Como vimos en el capítulo anterior, las prácticas de control social que operan en las ferias, están íntimamente ligadas a la sostenibilidad colectiva de la experiencia, en tanto hay una responsabilidad solidaria que vela porque así sea.

Es decir, puesto que la continuidad del mercado es asegurada, en principio, por recursos externos, las reciprocidades de los agentes ya no responden a asegurar una continuidad colectiva sino individual. Por eso creemos que las prácticas de organizar en grupos a los

puesteros para la comercialización en boxes de venta (aunque facilite la presencia de diversos productores a lo largo de la semana) o de grupos cooperativos para la compra de insumos o acceso a asistencia técnica, que a primera vista parecen favorecer vínculos solidarios, se transforman en una precondition para acceder a un beneficio individual. Cuando las autoridades dicen:

“(...) así como ayudamos a la parte de producción y en un momento subsidiamos mucho a la producción esta es la etapa en que hay que consolidar la etapa de comercialización y subsidiar la comercialización, hasta que ellos puedan estar en condiciones para poder agarrar...”
(Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones).

Creemos que bajo estas condiciones de coordinación subyace un “efecto colateral” que interrumpe las relaciones de solidaridad recíprocitas democráticas que caracteriza a las ferias como mercado de organización colectiva. La reciprocidad en el caso de las ferias, no necesariamente es una precondition sino un modo de interrelación. De todas formas, ahondar sobre las características específicas que adoptan los vínculos recíprocitarios en el MCZ – sobre las representaciones que los sujetos tienen sobre ella, por ejemplo-, creemos que requeriría de un análisis de mayor profundidad, que escapa a los alcances de esta investigación.

Luego, la redistribución también alcanza al consumo, no sólo porque al absorber los costos comerciales es posible ofrecer alimentos más baratos, sino porque el despliegue de distintos canales de comercialización amplía las posibilidades de acceso a otro universo de consumidores. En una instancia más concreta, el ofrecimiento de un servicio de transporte público gratuito para llegar hasta el edificio del MCZ, también se observa como una práctica redistributiva. En ese caso, consideramos que no se trata ni aun de una relación unilateral, sino una mediación que facilita el encuentro entre dos sectores sociales populares postergados (consumidores y productores), facilitando el acceso a alimentos de origen local. De la misma manera que, de acuerdo a la percepción

de sus organizadores, la instalación del mercado significó la llegada del agua potable, cloacas y camino asfaltado hasta el barrio donde se ubica el MCZ, así como el empleo de trabajadores de las zonas cercanas. Así, la desmercantilización de la circulación de alguna manera refleja el potencial de universalizar el consumo. Sin embargo, creemos que ese esfuerzo se convierte en una parcialidad, cuando se debilita la problematización de los modos de consumo y producción.

En el orden meso socioeconómico, y como se mencionó en el apartado 5.2 de este mismo capítulo: “Prácticas de orden meso socioeconómica: la articulación con la estructura municipal y provincial”, el MCZ realiza una articulación con diversas políticas públicas redistributivas, cediendo los espacios tanto para las mujeres que realizan talleres de género o los adultos que finalizan sus estudios a través del plan FINES, pero también con el programa de “Fortalecimiento del Cinturón Verde”. Luego también, las ferias itinerantes que organiza el MCZ por los barrios de Posadas, se coordinan con otros programas de atención social, como el programa “Solidaridad compartida”, cuyo fin es brindar capacitaciones, clases de apoyo escolar, asesoramiento jurídico, y servicios de salud entre otros. En estos casos, la redistribución adopta un carácter territorial abordando no sólo el acceso popular a la alimentación sino cuestiones de derecho a la igualdad de género, educación, salud, etc. En este sentido, el MCZ demuestra el potencial de las políticas públicas para abordar territorialmente la diversidad de necesidades de los sectores populares en el desarrollo de distintas políticas públicas, aunque evaluar los alcances de dicha articulación, escapa a los objetivos de este trabajo.

Es interesante rescatar que en el caso de las ferias se da una situación contraria: los espacios físicos donde operan suelen ser cedidos por la municipalidad (playones deportivos por ejemplo) o clubes sociales, sin que haya una complementariedad entre

una actividad y otra. Sin embargo, consideramos que dichas prácticas no son portadoras de un vínculo autónomo, sino que, tensionadas por el objetivo inmediato de favorecer el acceso a los alimentos a la población, colocan a los consumidores en el lugar de “agentes/beneficiarios”.

De esa manera, las relaciones de intercambio que se desarrollan en el MCZ, pareciera que se configuran cercanas a prácticas entre agentes individuales que no se identifican como una extensión de la forma de vida de la agricultura familiar, como identificamos en las prácticas feriantes.

5.5. CONTRADICCIONES Y RESIGNIFICACIONES EN LAS PRÁCTICAS DEL MCZ.

Al partir de una concepción de economía como “proceso institucionalizado”, las prácticas pueden ser analizadas en forma dinámica, en tanto, permanentemente son incorporadas en los “habitus” de los agentes pero también resignificadas – o reinstitucionalizadas-. En ese sentido, a partir de las características mencionadas del MCZ, haremos algunas observaciones sobre el carácter que adopta la institucionalización de un mercado de comercialización directa para la AF y las resignificaciones que consideramos se han dado en las prácticas.

En primer lugar, encontramos que la coordinación de la producción que realiza el MCZ comienza a tener injerencia en la forma de producir y organizar la producción (escala de producción, cierto ordenamiento de los tiempos de entrega, fomento de la especialización productiva en ciertos alimentos) de los agricultores familiares que participan de él. Consideramos que la organización de la producción que se estructura desde el MCZ implica una planificación a priori que invierte el sentido original de las ferias (A partir de una “oferta existente” que se ajusta gradualmente y en forma individual en el intercambio con los consumidores y la interrelación entre los feriantes).

Antes bien, parecería tratarse de hacer lo que está “demandando el mercado”, como un ordenamiento “heterónomo” de la oferta y la demanda.

Pero además, entendemos que se genera una estructura de intermediación, que aunque no signifique la apropiación de valor, mediatiza el vínculo del productor y el consumidor, desvirtuando en alguna medida el sentido político y social del consumo y la comercialización a partir de la venta directa que se propone desde el propio MCZ, pero originalmente desde las ferias de la Agricultura Familiar.

La siguiente nota periodística ilustra esta situación:

“La coordinadora del Mercado explicó que se comenzó a focalizar en zonas y productos particulares como el tomate y el morrón, con la idea de generar abastecimiento todo el año con estas verduras...(…)Destacó el abastecimiento al Hipermercado Libertad, con producción local. “Es un gran incentivo para nuestros productores abastecer continuamente, dos veces por semana, al Hipermercado Libertad. Es una tarea que comenzamos en diciembre del año pasado y celebramos junto a los agricultores que sea un canal más de comercialización, que les permite incrementar sus ingresos. Estamos entregando mandioca, productos de hoja como perejil y cebollita, choclo, zapallo, calabaza, berenjena y chaucha. Siempre pensamos en el bolsillo del consumidor” (“Más de 20 nuevos agricultores se sumaron al Mercado Concentrador Zonal con producción netamente local”, 11/03/2015, Diario digital Misiones Online/Agro y producción).

Es decir, si bien es potencialmente favorable que el Estado contribuya a generar diversos canales de comercialización, la elección de los mismos tiene incidencia política en tanto, como en este caso, se estaría favoreciendo a actores concentrados de la comercialización (los hipermercados) y “el mercado” deja de ser un espacio de encuentro, para ser un espacio de abastecimiento.

En el mismo sentido político, es que frente a los objetivos de la política de aumentar la escala de ventas de los feriantes (reflejado en la expresión: [como una]“*instancia superadora del paso siguiente de la feria franca*”) y de abastecer a la provincia con alimentos de la AF, en la práctica, en el MCZ convive una heterogeneidad de productores, empresas y emprendedores, con trayectorias y escalas muy diversas, que

dan cuenta de las limitaciones de la política. Pero además que se contraponen con el sentido original de las prácticas feriantes, que es favorecer a los más pequeños productores. Particularmente, observamos que los productores familiares se encuentran principalmente en el sector fruti-hortícola. Ante esto, consideramos que el MCZ se enfrenta a una doble contradicción: por un lado, la condición estructural de las distintas cadenas de productos, donde los procesos de concentración de la producción y comercialización adquiere dinámicas propias: ello es particularmente evidente en la “oferta” del sector cárnico, que proviene principalmente de empresas como la “COFRA” que nuclea a productores ganaderos de tipo empresario; por otro lado, la misma administración del espacio del mercado que separa los sectores alimentarios (cárnico y frutihortícola) inhabilitando la participación de productores diversificados, que podrían representar a aquellos AF que la política pretende favorecer. A pesar de ello, tampoco observamos la promoción de la participación de pequeños productores individuales de ganado mayor o menor (aunque nos parece que ameritaría mayores indagaciones).

Por otro lado, el MCZ, se enfrenta a la contradicción de proteger el “poder adquisitivo” de los consumidores, que se expresa en el objetivo manifiesto de ofrecer “alimentos baratos” a la población. En ese caso, para acceder a productos que no se producen en Misiones (papa, cebolla, etc.) se ha optado por la compra a través de la “Cámara de almaceneros” tanto de productos agropecuarios como agroindustriales. Es interesante mencionar en este punto, que frente a esta misma realidad, las organizaciones de la Agricultura Familiar han planteado el intercambio regional con un uso solidario del transporte (el mismo camión que transporta yerba misionera, vuelve a la provincia con azúcar de Tucumán). O, en las ferias de Posadas, se han hecho intercambios de zapallos coreanitos con productores chaqueños a cambio de cebolla de verdeo local, balanceando

los excedentes de ambas organizaciones. Nuevamente entendemos que aquí se resignifica el sentido político de las prácticas de organización de la comercialización feriante.

Debe hacerse una salvedad en el caso de los lácteos, puesto que, a pesar de que quiénes comercializan en el MCZ no son productores tamberos sino empleados de la cooperativa, también debe reconocerse, los esfuerzos de fortalecimiento de producción, acopio y comercialización de leche local que, de acuerdo a las fuentes, representa a pequeños productores, en un contexto de concentración ya a escala nacional en la etapa agroindustrial y comercial.

En el plano de la comercialización, las pautas de organización de los días de comercialización y de los productores en grupos cooperativos, presenta algunas contradicciones que incluso son advertidas por los feriantes de Posadas. Esto es, primero, que la apertura diaria del mercado, a diferencia del funcionamiento semanal de las ferias, no responde a los tiempos de trabajo del agricultor familiar, que generalmente dedica la mayor parte de su semana a las tareas de la chacra y reserva un día o dos para la comercialización. De manera que, aunque en forma incipiente, el Mercado podría estar induciendo una especialización comercial de los productores, o, favoreciendo a aquellos que están en condiciones de ausentarse de su chacra. Ello torna de sentido al testimonio de los productores entrevistados que mencionaron emplear trabajadores rurales para las tareas de producción y refuerza la idea de la heterogeneidad de productores que hacen parte del MCZ.

Por otro lado, la conformación de los productores en cooperativas, como un ordenamiento del MCZ, consideramos que no favorecen la construcción de vínculos solidarios y democráticos, en el sentido de que no surgen de la propia auto-organización de los productores. Ello se distancia de la experiencia de las ferias, donde los lazos

solidarios emergen de las identidades y necesidades compartidas por los productores. La centralización de la comercialización de esta manera interviene y direcciona la interrelación de los agentes, resignificando el sentido del mercado como una construcción social.

Luego, en relación a la modalidad de venta, la venta mayorista se enfrenta a una contradicción que ya ha formado parte de las lecciones aprendidas en las ferias. Los intentos de los feriantes de realizar una comercialización a mayor escala han “fracasado” y no casualmente. Pues, tanto la experiencia del Mercado E. Peczak como el local instalado en la ciudad por la Feria de San Vicente, referenciados por Schiavoni (2013) y Rodríguez et al. (2010), respectivamente, dieron cuenta de que la producción y comercialización en mayor escala se contradice con la lógica doméstica. En principio porque requiere indiferenciar los productos y separar su origen de su productor (dificultando además luego la redistribución de los ingresos), pero también porque la comercialización mayorista favorece relaciones asimétricas con el sector terciario al que principalmente se destina (restaurantes, rotiserías, verdulerías, etc.). Consideramos que las ferias han resuelto las condiciones de escala a partir de una lógica de red y a partir de la gestión simultánea de mercados, ya sea promoviendo encuentros zonales o articulando intercambios con productores (también familiares) de otras zonas del país como la venta puerta a puerta, la comercialización por internet entre organizaciones de la AF, la organización de consumidores que acuden a la AF, etc.)

Tal reflexión vale para la instalación de los otros mercados en Oberá, Eldorado y Puerto Rico, que también son parte de la estrategia escalar. Consideramos que la modalidad de “concentración” de la comercialización se contradice con el ímpetu molecular pero incluso de las FFAF. Sin embargo, esta reflexión se trata de un análisis parcial que requeriría diagnosticar el estado de abastecimiento actual de las ciudades a partir de los

canales tradicionales (Mercado Central de Posadas y otros mercados concentradores de la provincia, supermercados, etc.), puesto que su instalación significaría un “desarreglo” de los flujos actuales de mercaderías a lo largo de la provincia y un potencial proceso de disputa política.

Luego, al abordar la dimensión de la Producción Social como prácticas para la reproducción ampliada de la AF, parecería que la propuesta del MCZ pone en tensión las condiciones de autoproducción de las unidades domésticas frente a la búsqueda de mayor escala tanto para lograr el autoabastecimiento provincial como para superar el alcance de las ferias en la generación de ingresos para los productores. Esto de aquí, abre una pregunta que atañe a las discusiones del campo de la Soberanía Alimentaria y que en algunos espacios de discusión se repite: Es posible alcanzar el autoabastecimiento local de alimentos a partir de la AF? las ferias, y su “tamaño” o alcance, son limitados para alcanzar dicho objetivo? O el tamaño de las ferias está limitado a las capacidades de trabajo familiar? Cuáles serían entonces las condiciones para dar un salto de escala? Sería necesario?.

Por otro lado, la mayor capacidad de gestión del Estado (en términos de los recursos de que dispone), nos parece que es lo que permite que se den prácticas de desmercantilización del consumo – a pesar que también existan prácticas que favorecen procesos opuestos- a partir de la promoción de actividades de autoproducción de alimentos en los sectores urbanos, que en el caso de las ferias se limita al ámbito de las familias agricultoras. La resignificación en este caso implica una ampliación del principio autárquico hacia los consumidores.

Finalmente, al analizar las prácticas a partir de los Principios de Circulación, encontramos que la política del MCZ pareciera favorecer una reciprocidad “no democrática”, es decir, que a partir del modo de coordinación que adopta se establecen

relaciones asimétricas entre el Estado y sus “beneficiarios” que no contribuyen al empoderamiento de las familias o a la construcción de la identidad de Agricultores Familiares como un sujeto político. Pues, se trata de una política que aún no ha desarrollado mecanismos de participación genuina de los feriantes que les permita ser protagonistas de su propio acontecer y en todo caso hablar de procesos de co-producción de políticas. Es decir, los AF establecen una relación con el Estado que aún así les resulta beneficiosa en términos estrictamente económicos, pero que no logra desarrollar un proceso social y político, como el que vimos que se intenta construir a partir del entramado de relaciones establecidas entre las distintas organizaciones de ferias locales-nucleadas en Interferias- y de otras regiones.

Entonces, a pesar de que se trata de una experiencia de comercialización donde no hay apropiación del excedente comercial, la mediación del Estado parecería entorpecer un proceso genuino de reconocimiento del rol social de la AF en la producción y distribución de alimentos. Frente a ello, referentes del Mercado aseguran que:

“... estamos en proceso de...también la idea es que el mercado deje de ser administrado por el organismo que está haciendo ahora, todavía, y lo administren los productores...para lograr ese paso se armó ahí adentro una cooperativa de productores hortícolas, que están haciendo sus experiencias...primero se conformaron sus cooperativas, yo imagino que hasta fin de año le van a dar otro rol para que vayan haciendo la experiencia por lo menos con el sector hortícola...porque después está el sector carnes, el sector varios, el sector...” (Diputada provincial, 28/06/15, Oberá, Misiones).

Sin embargo, y frente a los cambios políticos actuales, aún no se han dado señales de un avance hacia la democratización de su gestión. En ese sentido, las prácticas recíprocitarias presentes en las ferias actúan como satisfactores de relaciones democráticas en tanto configuran la interdependencia de los actores para garantizar el sustento colectivo. Mientras que la sostenibilidad de la experiencia del MCZ es garantizada de forma exógena por la acción del aparato estatal.

Por otro lado, encontramos que la función redistributiva asumida por el MCZ genera una contradicción que forma parte de diversos espacios de discusión sobre la Agricultura Familiar y también la economía popular. Esto es, que el ingreso al MCZ implica que los productores deban mejorar sus técnicas de producción para lograr una mayor y más estable oferta de alimentos, o, en otros casos, directamente, significa que los productores que ingresan sean los que ya tienen mayor capacidad productiva. Así, si bien los productores ingresan al mercado ofreciendo sus producciones originarias, progresivamente deben adecuar su estructura organizacional y productiva a las condiciones del mercado, por ejemplo, a partir de la obtención gratuita de determinada cantidad y variedad de plantines, o, apelando a prácticas ilegítimas para asegurar la continuidad de sus producciones.

Finalmente y desde otra perspectiva, para algunos entrevistados la política del MCZ favorece a un sector de la Agricultura Familiar que ya está en condiciones de autosustentarse. Ello era evidente, por ejemplo, en la charla con algunos feriantes (de Ferias Francas) que hacían uso del Monotributo Social Agropecuario para poder facturar y realizar sus aportes jubilatorios, pero que en el caso de los productores del MCZ, esa categoría resultaba insuficiente (porque permite un máximo de facturación de 36 mil pesos anuales). En palabras de algunos feriantes al referirse a productores del MCZ, decían: *“Esos no son pequeños productores”* *“Ahí no hay pequeños productores, hay grandes”*, al querer advertir que no consideran al mercado como un proceso representativo de la Agricultura Familiar. Desde las voces oficiales, sin embargo, el MCZ adopta otro sentido:

“Con el tema del MCZ... está pensado especialmente para aquellos productores que ..(.) son un poquito más grande, que planificaron la producción y que la feria les queda chico....Entonces era, ir pensando en escalas, niveles...tenés el feriante: el feriante cuando encuentra su techo ahí, pasa al Mercado Concentrador...” (Diputada provincial, 28/06/15, Oberá, Misiones).

La redistribución en este caso, adopta otro carácter en el MCZ; así, si en las ferias cumple una función de redistribución “equitativa” de “acuerdo a las necesidades (expresado por la tesorera de Interferias cuando decía “*de cada zona se van implementando las inquietudes y de ahí se saca, eh, conclusiones y se ve cómo se le puede ayudar al pequeño productor...*”) en el MCZ, podría estar favoreciendo procesos de redistribución asimétrica, que profundizan las inequidades entre los productores presentes.

5.6. CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO.

El análisis previo intentó caracterizar algunas prácticas de orden micro y meso del MCZ y particularmente observar aquellas que se presentan como limitaciones o resignificaciones de las prácticas feriantes.

Así encontramos que, mientras que la coordinación de la producción y la comercialización en las ferias, se da a partir de un entramado de relaciones (entre productores, consumidores, instancias democráticas de decisión, el gobierno local y otros representantes del estado), en el MCZ son resignificadas a partir de la centralización. Es decir, la centralización de la organización así como el incipiente proceso de concentración y especialización de la producción y comercialización, resignifican el modo democrático de coordinación y diluyen los esfuerzos de autorregulación social que distinguen a las ferias.

El modo de coordinación que presenta el MCZ, se distancia así de las prácticas que caracterizan a la AF por su vínculo estrecho con la esfera de reproducción de la UD en tanto, se observa:

- a) Un proceso incipiente de “planificación estandarizante” de la producción y comercialización.

- b) Un modo de gestión centralizado en la estructura técnico administrativa del MCZ, estrechamente articulada a las políticas del IFAI,
- c) La ausencia de espacios de participación en la gestión del MCZ.
- d) Vinculado a la anterior, una heterogeneidad de productores que no en todos los casos estamos en condiciones de afirmar que sean parte de la AF (además de las empresas mencionadas).
- e) Y, la ausencia de una figura o actor que actúe como interlocutor de los modos de gestión del MCZ.

En términos del principio de autoproducción y su vínculo con la Soberanía Alimentaria, como vimos, el MCZ constituye una herramienta de política pública de legitimación de la producción local de alimentos, pero que de acuerdo al modo de coordinación que propone, no está exento de favorecer un incipiente proceso de mercantilización de los alimentos y el trabajo familiar, que se contradice con la autarquía familiar. Así, frente a los objetivos de la política de aumentar la escala de ventas de las ferias (reflejado en la expresión: [como una]“*instancia superadora del paso siguiente de la feria franca*”) y de lograr el autoabastecimiento local, en la práctica, en el MCZ convive una heterogeneidad de productores, empresas y emprendedores, con trayectorias y escalas muy diversas, que marcan tanto limitaciones de la política como contradicciones estructurales del sistema agroalimentario.

A lo anterior se suma, que no se observa la emergencia de un actor político capaz de representar las demandas del o de los colectivos para interpelar las políticas que se imparten –a modo de una co-construcción o una co-producción- , como se observó que ocurre en los Encuentros Nacionales de Ferias, por ejemplo. De la misma manera que no se observa en la experiencia instancias de diálogos o complementariedades entre sectores y/o productores del mismo MCZ. Así, el carácter colectivo de la autarquía que

se sostiene en los lazos de solidaridad trazados entre ferias de distintos lugares de la provincia y el país - que parece inscribirse como un aspecto de una “sostenibilidad capilar”- , es trasmutada por una práctica de sostenibilidad externa supeditada a la continuidad de la política y a las articulaciones con diferentes instancias de gobierno. En ese sentido decimos que la configuración democrática y política de la experiencia, resignifica el componente autárquico que las relaciones de intercambio podrían favorecer.

Luego, atendiendo a la función redistributiva del MCZ, decíamos que ésta es -o debería ser- concretamente la democratización del mercado para la AF, favoreciendo el acceso a aquellos productores que en el mercado competitivo no tendrían lugar. A pesar de ello, ante la ausencia de espacios de participación, mecanismos de generación de acuerdos colectivos o instancias de co-construcción de políticas, parecería por ahora constituirse como una política de solidaridad más bien de carácter filantrópico. Y por otro lado, la política redistributiva del MCZ de facilitar el acceso a alimentos a la población - que se traduce en la búsqueda del abaratamiento del valor de los alimentos o en la venta de productos agro-industriales- nos parece que se contradice con una de las reivindicaciones más importantes de las ferias, que consiste en la reapropiación del valor del trabajo y la visibilización del trabajo doméstico.

Finalmente, por todo lo anterior, decimos que la experiencia del MCZ no parece corresponderse con el concepto de “mercado solidario” propuesto, en tanto las prácticas de intercambio están mediadas por el aparato estatal, que a través de reglas exógenas al colectivo prefigura el comportamiento de los agentes.

CONCLUSIONES GENERALES.

En los últimos 15 años se ha dado en América Latina un proceso generalizado de institucionalización tanto de la Economía Social como de la AF. Dicha institucionalización adquirió diversas modalidades y alcanzó disímiles profundidades en cada país, acorde a la orientación que las políticas públicas adoptaron y la legitimidad que los movimientos sociales –y sus reivindicaciones- lograron alcanzar.

En nuestro país, la institucionalización de la Economía Social en la estructura formal del Estado, si bien significó un reconocimiento social y político de la ESS y una interpelación a la concepción formal de economía, en la práctica se estableció *“como un elemento más de estrategias sociales y políticas de inserción o reinserción de sectores excluidos al mismo régimen económico que los excluyó”* (Coraggio, 2013: 16). Es decir, que no lograron ubicar a la ESS como un sector alterno dentro una economía mixta, sino subsidiario o complementario de las estrategias de reproducción de las UD.

En términos de la AF, si bien su institucionalización formal ya lleva varios años en la región (en Brasil, por ejemplo, el PRONAF¹¹⁵ se creó en 1996 y la Ley Nacional de AF data del año 2006), en nuestro país, forma parte de un proceso más reciente y débil (donde el mayor rango institucional alcanzado por la AF ha sido el de Secretaría y la Ley Nacional de AF aún se espera que sea reglamentada) y que al igual que la ESS, se ubica en un lugar marginal de la agenda social. Aun así, ello ha dado lugar a ciertos procesos de legitimación de la AF y de disputa con el sector agropecuario más concentrado.

A partir de ello, lo que intentamos mostrar a lo largo del trabajo ha sido, por un lado, un proceso de institucionalización formal que vino a reconocer prácticas –y sujetos- ya

¹¹⁵ El PRONAF es el Programa de Fortalecimiento de la Agricultura Familiar, dependiente del Ministério de Desenvolvimento Agrário de Brasil, que desarrolla desde mediados de los años 90, un conjunto de políticas financieras adecuadas a las características de la AF.

presentes en los territorios. Y por otro lado, a través del estudio de caso, cómo aquella institucionalidad es resignificada a partir de las prácticas estatales. Lo que quisimos marcar es que frente a procesos recientes de institucionalización formal tanto de la ESS como de la AF, la institucionalización en términos “sustantivos”, creemos no sólo que requeriría de mayores plazos, esfuerzos, y cambios políticos de otra profundidad, sino de contemplar el indefectible proceso de resignificación que conlleva la introducción de la ESS y la AF en la agenda política-estatal.

En esos términos, y particularmente en relación a la “comercialización para la AF”, las políticas de los años '80 y '90 pasaron de atender subsidiariamente a la comercialización y desde un enfoque “micro- empresarial” a intervenciones que buscaron fortalecer mercados de organización popular, o, como en el caso del MCZ, de organización estatal para la AF.

Consideramos que dicho viraje en las políticas ha sido posible tanto por la legitimación que ha ido logrando la AF y la ESS en general, como por la legitimidad alcanzada por las ferias francas en particular en la escena pública, que además de significar una socialización de la crisis de reproducción de las familias, constituyó un hito en la problematización social sobre las formas de comercialización adecuadas para la AF.

A pesar de que se mantuvieron las condiciones de inequidad basadas en los arreglos estructurales del sistema agroalimentario local, reconocemos en aquellas políticas, la intencionalidad de revertir los tradicionales elementos de exclusión de la AF al mercado (por los volúmenes reducidos, la vulnerabilidad de las producciones a diversas inclemencias, la heterogeneidad de los productos abastecidos, la baja escala productiva, la dificultad de traslado de productos perecederos, la baja productividad de los cultivos o el ganado, etc.), legitimándolos como atributos diferenciales a partir de mercados “propios”.

Así, partir de una concepción de economía que no esté reducida a una visión mercantil, es lo que creemos que nos permitió abordar el caso del MCZ, no ya solamente como un espacio de “encuentro entre la Oferta y la Demanda” sino como un fenómeno social y político. Frente a la necesidad de organizar el momento económico de acuerdo a ciertas pautas para evitar las condiciones emergentes generadas involuntariamente por la acción colectiva (Coraggio, 2009), vimos como en el MCZ se recrean formas de interrelación, donde el contenido de “lo económico” resulta en definitiva resignificado como una esfera separada de lo político y lo social, en tanto, a medida que fuimos avanzando en el análisis, las prácticas se distanciaban de los principios que organizan a las UD de la AF. Pues, fue en el sentido planteado por Dussel (2014) – como alternativas hoy realmente presentes - que intentamos recuperar los criterios, pautas y principios normativos de la experiencia de las ferias, para referenciar a la intervención estatal, en el marco de un programa transicional de Economía Social.

Los principios de producción social, coordinación y circulación, nos permitieron visualizar a la política del MCZ, en una tensión frente a: la búsqueda de la Soberanía Alimentaria a partir de los productores y la producción local por un lado, y las prácticas de mercantilización de los alimentos y el trabajo de la AF en el marco de un sistema agroalimentario local concentrado, por otro; a la constitución de un mercado que busca trascender la escala de las ferias evitando la intermediación, pero que en las prácticas de centralización de la coordinación, resigna los espacios democráticos de la construcción colectiva de un mercado impidiendo a su vez procesos de co-construcción o co-producción de políticas; y, finalmente, que a la vez que asume un rol redistributivo tanto para con los consumidores como con los productores, no logra fundarse en lazos recíprocos que permita el desarrollo autónomo de los agentes, comprometiendo también la construcción democrática de un mercado.

Al modo de lo que planteaba Laville (2009), las relaciones entre la sociedad civil y el Estado en el MCZ, no han dado lugar aún al ejercicio de una economía que promueva una solidaridad democrática, donde los agentes puedan desplegar sus vínculos más allá de las relaciones mercantiles.

Se advierte, a partir del caso presentado, que la ESS y la AF, se enfrentan al desafío de “salir de los localismos” para proyectarse en espacios físicos y simbólicos cada vez más amplios. Pues, como lo sugería Melo de Lisboa ya en el año 2000 para las experiencias de ESS del Brasil, en tanto: “ (...) *las iniciativas surgen a partir de lo local y de lo micro-económico (lo que es impuesto por la propia urgencia de los problemas para sobrevivir), uno de los principales desafíos es el de gestar una visión utópica global (desafío utópico), caso contrario, si ellas se aferraran al localismo de las pequeñas soluciones aisladas, se entregarían a las fuerzas neoliberales que gobierna el mundo.*” (Melo de Lisboa, 2000: 1).

En ese sentido nos parece válido el esfuerzo del proyecto del MCZ; sin embargo, ello no sólo requiere la búsqueda de modelos alternativos de gestión estatal, sino también profundos cambios y de largo aliento en la correlación de fuerzas entre la AF –y la ESS en forma general- y los sectores más concentrados del sistema socioeconómico, y agroalimentario en particular.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA.

- Albuquerque, P. (2004). Autogestión. . En Cattani, A. (Ed.), *La Otra Economía* (Vol. 1º Ed.). Buenos Aires: Altamira. .
- Alcoba, D.y Dumrauf, S. (2011). Del productor al consumidor. Apuntes para el análisis de las Ferias y Mercados de la Agricultura Familiar en Argentina. *Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Pequeña Agricultura Familiar (CIPAF)*. Ediciones INTA.
- Arancibia, I. (2013). *Necesidades del capital o necesidades de la vida. Argumentaciones desde la Economía del Trabajo*. (Tesis de Maestría.), Universidad Nacional General Sarmiento.
- Archetti, E. P.y Stölen, K. A. (1975). *Explotación familiar y acumulación de capital en el campo argentino*: Siglo Veintiuno Editores
- Arzeno, M., Deheza, M. d. P., Muñecas, L.y Zanotti, A. (2015). Discusiones en torno a la soberanía alimentaria en Misiones en el campo de las políticas públicas y las organizaciones de agricultura familiar. *Revista Mundo Agrario*. .
- Arzeno, M.y Ponce, M. (2010). El conflicto sin fin. Negociaciones y disputas en torno a la aplicación del Plan de Arraigo y Colonización en tierras privadas del nordeste de Misiones. En Manzanal, M y Villarreal, F (Eds.), *El desarrollo y sus lógicas en disputa en el norte argentino* (pp. 71-90).
- Arzeno, M. P., Mariana. (2014). Las contradicciones de las políticas públicas: desarrollo territorial rural en la provincia de Misiones, Argentina. *Cuadernos del CENDES*(85), 69-93.
- Barril García, A.y Almada Chavez, F. (2007). La agricultura familiar en los países del Cono Sur: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Barsky, O.y Fernández, L. (2005). Tendencias actuales de las economías extrapampeanas, con especial referencia a la situación del empleo rural. *Documento preparado para el Proyecto Argentina Rural. SAGPyA/RIMISP*. Buenos Aires.
- Basco Caracciolo, M. (2013). *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*. .
- Berlin, I. (2001). *Dos conceptos de libertad*: Alianza Editorial
- Braticevic, S. (2013). Apropiación difrencial y puesta en producción del espacio Misionero: El caso del Alto Uruguay: avance de la frontera agraria, hipótesis de conflicto y consolidación del tabaco. *Papeles de trabajo-Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Socio-Cultural*(26), 40-61.
- Caballero, L. (2012). Mercados, Agroecología y Economía Solidaria. *Revista Hoja a Hoja, Año 2. N°10, Septiembre*. .
- Caillé. (2009). Sobre los conceptos de economía en general y de economía solidaria en particular. . En Coraggio, J.L (Ed.), *¿Qué es lo económico? Materiales para un debate necesario contra el fatalismo* (pp. 13-46): Ed. Ciccus.
- Caillé. (2010). *Teoría anti-utilitarista de la acción: fragmentos de una sociología general*: Ed. Waldhuter
- Carballo, C. (2000). Las ferias francas de Misiones. Actores y desafíos de un proceso de desarrollo local. *Documento de Trabajo N° 9, Centro de Estudios y Promoción Agraria (CEPA)*, Buenos Aires.
- Carballo, C., Ferrari, C., Puhl, L., Aristide, P., Brócoli, A., Anello, M. C., Quesada, M.y Boucau, F. (2014). Programa “de los maíces criollos de Misiones”: aportes al desarrollo agroecológico. Trabajo presentado en XVII Jornadas Nacionales De Extensión Rural Y IX Del Mercosur, Zavalla - Santa Fe, 19-21 Noviembre 2014.
- Carballo, C., Rebolé, M. I., Arellano, D.y Sosa, L. (2008). *Perfil y expectativas de los consumidores de las Ferias Francas de Posadas* (Posadas, Misiones).
- Carballo, C., Tsakoumagkos , P., Gras, C., Rossi, C., Plano, J. L.y Bramuglia, G. (2004). *Articulación de los pequeños productores con el mercado: limitantes y propuestas para superarlas*. . Buenos Aires. : PROINDER. Proyecto De Desarrollo De Pequeños Productores Agropecuarios.
- Caro, P. (2013). Soberanía Alimentaria: aproximaciones a un debate sobre alternativas de desarrollo y derechos de las mujeres *El libro abierto de La Vía Campesina: celebrando 20 años de luchas y esperanzas*. .
- Centeno, S. (2013). La feria franca de Tunuyan cumplió 5 años. *Publicación del INTA Centro Regional Mendoza - San Juan, Año V, n° 17*.
- Cittadini, R., Maniella, F., Caballero, L.y Moricz, M. (2010). *Economía social y agricultura familiar: hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención*: Buenos Aires: Ediciones INTA, 2010.
- Colman, D. (2009). *Las ferias francas. Una forma de comercialización de la Agricultura Familiar*: Ed. INTA Oberá, Misiones.

- Coraggio, J. (2009). Polanyi y la Economía Social y Solidaria en América Latina. En Coraggio, JL (Ed.), *¿Qué es lo económico? Materiales para un debate necesario contra el fatalismo*. (pp. 109-159.). Argentina. : Ciccus.
- Coraggio, J. (2010). La unidad doméstica y los emprendimientos de la economía social. . En INTA (Ed.), *Economía Social y Agricultura Familiar* (Vol. 1a Edición.). Buenos Aires, Argentina. : Ediciones INTA.
- Coraggio, J. (2011). *Economía social y solidaria. El trabajo antes que el capital*: Abya-Yala, Ediciones. 1era. Edición
- Coraggio, J. (2013). Las tres corrientes vigentes de pensamiento y acción dentro del campo de la ESS. Sus diferentes alcances. UNGS. <http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/A%20Las%20tres%20corrientes%20de%20la%20ESS%2027-2-13.pdf> website:
- Craviotti, C. (2014). La agricultura familiar en Argentina: nuevos desarrollos institucionales, viejas tendencias estructurales. En Ciccus (Ed.), (pp. 175-204): Ciccus.
- Chifarelli, D. (2008). *El Modelo de Monocultivos de Coníferas a Gran Escala. Análisis de Sustentabilidad en el Alto Paraná Misionero*. Ponencia presentada en IX Congreso Argentino de Antropología Social “Fronteras de la Antropología” Posadas, Misiones. .
- de Zaldívar, V. B. S. (1993). ¿ De campesino a agricultor? La pequeña producción familiar en el marco del desarrollo capitalista. *Noticiario de historia agraria: Boletín informativo del seminario de historia agraria*, 3(5), 127-159.
- Dussel, E. (2009). Política de la liberación. II. *Arqui-tectónica*. Madrid: Editorial Trotta.
- Dussel, E. (2014). *16 tesis de economía política: Siglo XXI*.
- Espíndola, M. A. d. C. (2005). *Ferias Francas de Posadas. Organización familiar y oportunidades en el mercado actual de la Feria Franca de Villa Cabello*. (Tesis en Trabajo Social.), Univ. Nacional de Misiones
- FONAF. (2007). Documento Base del FoNAF para implementar las políticas públicas del sector de la Agricultura Familiar. Buenos Aires, Argentina. .
- Freaza, M. A. (2002). *Economía de Misiones: Aspectos y actividades relevantes*: Ed. Univ. Nac. de Misiones
- Galafassi, G. (2008). El Movimiento Agrario Misionero en los años setenta. Protesta, movilización y alternativas de desarrollo rural. *Revista Herramientas*(Nº38).
- Gallero, M. C.y Krautstoftl, E. M. (2010). Proceso de poblamiento y migraciones en la Provincia de Misiones, Argentina:(1881-1970). *Revista Avá*, 16, 1-1.
- García Guerreiro, L. (2010). *Resistencias y estrategias campesinas: el caso de las ferias francas de Misiones*. Trabajo presentado en 4ta. Reunión del Grupo de Estudios Rurales y Desarrollo: Campesinado y agroindustria, análisis sobre las transformaciones socioproductivas en Misiones.
- Golsberg, C.y Dumrauf, S. (2010). *Las Ferias de la Agricultura Familiar en la Argentina. Comercialización y financiamiento*. Buenos Aires: Ediciones INTA.
- González Villar, C., L, S.y Báez, A. (2004). *La constitución de la pobreza regional*: Editorial Universitaria de Misiones. . Posadas, Misiones.
- Gortari, J. (2013). Yerba Mate: Claroscuros de un negocio próspero. . *Revista Realidad Económica*, N° 280, nov/dic 2013. .
- Heilbroner, R.y Thurow, C. (1987). *Economía*: Prentice Hall Hispanoamérica. México
- Hinkelammert, F.y Mora Jiménez, H. (2009). *Economía, sociedad y vida humana. Preludio a una segunda crítica de la economía política*: Altamira
- Hintze, S. (2013). Las políticas públicas de promoción del trabajo asociativo autogestionado en América Latina. *OSERA N° 9, FSOC-UBA Buenos Aires*.
- INTA. (2009). *Documento interno. Sistematización de la Feria Franca San Vicente*. San Vicente, Misiones. .
- Juárez, P., Gisclard, Marie, Goulet, Frederic, Cittadini, Roberto, Elverdin, Julio, Patrouilleau, M. Mercedes, Albaladejo, Christophe, González, Edgardo. . (2014). Argentina: políticas de agricultura familiar y desarrollo rural. *Políticas públicas y agriculturas familiares en América Latina y el Caribe. Balance, desafíos y perspectivas*. (pp. 51-70.). Santiago, Chile. : CEPAL. .
- Kay, C. (2001). Los paradigmas del desarrollo rural en America Latina. *Serie Estudios-Ministerio de Agricultura*.
- Lapegna, P. (2005). Transformaciones y nuevas articulaciones agroalimentarias. Las Ferias Francas de la Provincia de Misiones. En Giarraca, N. y Teubal, M. (Ed.), *El campo argentino en la encrucijada*. (pp. 341-367). Buenos Aires. : Alianza.

- Lattuada, M., Nogueira, M. E. y Urcola, M. (2011). *La gestión del desarrollo rural actual: algunas consideraciones acerca del rol del Estado*. Trabajo presentado en VII Jornadas Interdisciplinarias De Estudios Agrarios Y Agroindustriales., Buenos Aires, Noviembre de 2011.
- Laville, J. L. (2009). Con Mauss y Polanyi, hacia una teoría de la economía plural. En Coraggio, J. (Ed.), *¿Qué es lo económico? Materiales para un debate necesario contra el fatalismo*. (pp. 89-105). Argentina Ciccus.
- Manzanal, M. (2000). Los programas de desarrollo rural en Argentina (en el contexto del ajuste macroeconómico neoliberal). *EURE. Revista Latinoamericana de Estudios Urbano Regionales*. Instituto de Estudios Urbanos. Pontificia Universidad Católica de Chile., N° 78. Vol. XXVI, 77-101.
- Manzanal, M. y González, F. (2010). Soberanía alimentaria y agricultura familiar. Oportunidades y desafíos del caso argentino. *Realidad Económica*(255), 51-67.
- Mathot, O. y Rebolé, M. I. (s/f). *Ferias Francas: Cáritas Comisión Nacional*. Foro de Trabajo.
- Melo de Lisboa, A. (2000). Os desafios da economia popular solidária. *Groupe de recherches sur l'économie solidaire au Brésil*, www.ecosol.org.br.
- Melo de Lisboa, A. (2004). Mercados Solidários. En Cattani, Antonio (Organizador). (Ed.), *La Otra Economía*. Buenos Aires.: Ed. Altamira.
- Monasterios, C. y Snec, C. C. (2010). La co-construcción de políticas públicas innovadoras en torno a la economía social (Vol. Documento 71.). Buenos Aires.: Centro de Estudios de Sociología del Trabajo, Facultad de Ciencias Económicas, UBA.
- Montiel, S. (2000). *Procesos de participación y Cambio en el Movimiento Agrario Misionero*. (Tesis de grado Lic. en Antropología Social,), UNaM, Posadas, Misiones.
- Morcillo, F. M. y Beker, V. A. (1993). *Economía: principios y aplicaciones*: Ed. McGraw-Hill Interamericana de España
- Nirenberg, O. (2004). Sistematización De Experiencias Rurales Alternativas De Comercialización - Las Ferias Francas – En Local), CEADEL (Centro de Apoyo al Desarrollo (Ed.). Buenos Aires, Argentina.
- Nogueira, M. E. (2013). Agricultura familiar y políticas públicas en la Argentina de los últimos años. Algunas reflexiones en torno a una relación compleja. *Trabajo y Sociedad. Sociología del trabajo – Estudios culturales – Narrativas sociológicas y literarias*. NB - Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas (Caicyt-Conicet), N° 21, Invierno 2013.
- O'Donnell, O. y Oszlak, G. (1981). Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. *Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES). Documento G.E. CLACSO/N°4*.
- Obschatko, E., Foti, M. d. P. y Román, M. (2009). Las explotaciones agropecuarias familiares en la República Argentina. Un análisis a partir de los datos del Censo Nacional Agropecuario 2002. Buenos Aires: MAGyP: IICA.
- Oviedo, A. (2010). *La soberanía alimentaria y nutricional: agronegocio y producción campesina*. Trabajo presentado en América Latina: realineamientos políticos y proyectos en disputa, Recife, Pernambuco – Brasil - 15 a 19 de noviembre de 2010.
- Oviedo, A. (2016). Políticas públicas agropecuarias en Misiones, contrastes y contradicciones. En Gortari, Javier; Alejandro Oviedo; Víctor Rosenfeld (Ed.), *Dinámica agraria y políticas públicas: desigualdades sociales y regionales*. Posadas, Misiones.: EdUNaM - Editorial Universitaria de la Universidad Nacional de Misiones.
- Paz, R., Jara, C. y Nazar, P. (2013). La emergencia de las Ferias de la Agricultura Familiar y su proyección hacia un modelo de desarrollo rural alternativo. La experiencia de Villa Río Hondo (Santiago del Estero). *Cayapa, Revista Venezolana de Economía Social*, 13. (Mérida, Venezuela), 53-74.
- Pereira, S. G. (2003). *La Feria Franca de Oberá: modelo institucional de desarrollo rural y local*. Trabajo presentado en XXIII Encuentro De Geohistoria Regional., UNaM, Oberá, Misiones.
- Pereira, S. G. (2007). Instituciones, participación y capacitación en el fortalecimiento de la feria franca de Oberá, Misiones. En Manzanal, Mabel, Arzeno, Mariana, et al. (Eds.), *Territorios en Construcción. Actores, tramas y gobiernos: entre la cooperación y el conflicto*. Buenos Aires: Ciccus.
- Plasencia, A. y Orzi, R. (2007). *Moneda social y mercados solidarios. Potencial emancipador y pedagógicos de los sistemas monetarios alternativos*.: Ciccus. Buenos Aires, Argentina.
- Polanyi, K. (1976). El sistema económico como proceso institucionalizado. En Godelier, M (Comp). (Ed.), *Antropología y economía* (pp. 155-178): Anagrama.

- Polanyi, K. (2011). *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*: 1º reimpr. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Polanyi, K., Coraggio, J., Mendell, M., Polanyi, K. L. y JL, L. (2012). Textos escogidos/ Karl Polanyi. En UNGS (Ed.), (pp. 155-170): Ed. Los Polvorines: Universidad Nacional General Sarmiento. CLACSO.
- Ragin, C. (2007). *La construcción de la investigación social. Introducción a los métodos y su diversidad*: Ed. Universidad de los Andes. Bogotá, Colombia.
- RENAF. (2014). Registro Nacional de Agricultura Familiar. Caracterización estadística por región. . En Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación. (Ed.). Argentina. .
- Ricotto, A. J. (2002). *uma rede de produção e comercialização alternativas para a agricultura familiar : o caso das férias livres de Misiones, Argentina*. Universidad Federal de Rio Grande do Sul. Facultad de Ciencias Económicas. Tesis de Maestría en Desarrollo Rural.
- Rodríguez, F. (2010). *Los agricultores familiares y las relaciones de mercado: un análisis a partir de la feria franca de San Vicente*. Ponencia presentada en VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural, Porto de Galinhas.
- Rodríguez, F., Perucca, C., Kostlin, L. y Castiglioni, G. (2010). “La feria franca de San Vicente (Misiones) y sus efectos en la organización interna de las unidades familiares de producción”. En Cittadini, Roberto , Caballero, Luis, et al. (Eds.), *Economía Social y Agricultura Familiar*, (pp. 111-136). Buenos Aires, Argentina. : Ediciones INTA. .
- Sabourin, E., Samper, M., Le Coq, J. F., Massardier, G., Sotomayor, O. y Marzin, J. (2014). Análisis transversal de las políticas sobre agricultura familiar en América Latina *Políticas públicas y agriculturas familiares en América Latina y el Caribe: balance, desafíos y perspectivas* (pp. 17-48). Santiago, Chile. : CEPAL.
- Sahda, M. y Erbetta, H. (2007). La coexistencia de distintas Lógicas tecnoLógico-productivas internas a Los sistemas tabacaleros de La provincia de misiones: una propuesta de interpretación. estudio de caso. *Revista FAVE Sección Ciencias Agrarias*, Vol. 5, 63-89.
- Sanches, A., Veloso, N. y Ramírez, A. (2014). Agricultura familiar y compras públicas: Innovaciones en la agenda de la Seguridad alimentaria y nutricional. *Serie: Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política*. . Santiago, Chile. : FAO. .
- Sautu, R. (2011). Acerca de qué es y no es investigación científica en ciencias sociales. En Wainerman, Catalina y Sautu, Ruth (Ed.), *La trastienda de investigación*. Buenos Aires Editorial Manantial. .
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. y Elbert, R. (2005). *Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*: CLACSO. Buenos Aires.
- Schiavoni, G. (1995). *Colonos y ocupantes: parentesco, reciprocidad y diferenciación social en la frontera agraria de Misiones*: Editorial Universitaria, Universidad Nacional de Misiones
- Schiavoni, G. (2005). La construcción de los' sin tierra'en Misiones, Argentina. *Revista Theomai: estudios sobre sociedad, naturaleza y desarrollo*(Nº 12), 1.
- Schiavoni, G. (2010). Construir un mercado. La transformación del autoconsumo en mercancía en las ferias de agricultores de Misiones. En Manzanal, Mabel y Villarreal, Federico (Eds.), *El desarrollo y sus lógicas en disputa en territorios del norte argentino*. . Buenos Aires. : Ciccus. .
- Schiavoni, G. (2013). *Mercado- encuentro y Mercado- mecanismo. Procesos de valorización de la comercialización de alimentos de la agricultura familiar*. Trabajo presentado en VIII Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales, Buenos Aires, Argentina. .
- Schiavoni, G., Perucca, C., Schvorer, E., Otero Correa, N., Manzanal, M., Neiman, G. y Lattuada, M. (2006). Desarrollo rural alternativo: las relaciones entre el estado, las ONG's y los productores en la provincia de Misiones (Argentina). M. Manzanal, G. Neiman y M. Lattuada (comp.) *Desarrollo rural. Organizaciones, instituciones y territorios*. Ed. CICCUS, Buenos Aires.
- Schvorer, E. (1999). *La Feria Franca de Eldorado. Un proyecto de desarrollo de mercado local con pequeños productores familiares*. Trabajo presentado en Primeras Jornadas Interdisciplinarias De Estudios Agrarios Y Agroindustriales, Bs. As., Argentina.
- SENASA. (Octubre, 2014). Informe Técnico sobre los Productos de la Agricultura Familiar en la Argentina. Propuesta de trabajo de la Comisión de Agricultura Familiar del Senasa. Buenos Aires, Argentina. : SENASA. .
- Soverna, S., Tsakoumagkos, P. y Paz, R. (2008). *Revisando la definición de agricultura familiar, Serie documentos de capacitación N° 7, PROINDER, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos*. Buenos Aires.
- Tapella, E. (2002). Globalización y transformaciones de la Estructura Social Agraria en Argentina: ¿Nuevas Ruralidades, Nuevas Políticas? *Documento de trabajo del programa de desarrollo de Tierras Áridas y Semiáridas (PETAS), Instituto de Investigaciones Socio Económicas de. Facultad de Ciencias Sociales*.(Universidad Nacional de San Juan, Argentina.).

- Teubal, M.y Rodríguez, J. L. (2002). *Agro y alimentos en la globalización: una perspectiva crítica*. Editorial La Colmena Buenos Aires
- Thwaites Rey, M. (2005). El Estado: notas sobre su(s) significado(s). En Thwaites Rey, Mabel y López, Andrea Magdalena (Eds.), *Entre tecnócratas globalizados y políticos clientelistas. El derrotero del ajuste neoliberal en el Estado argentino*. . Buenos Aires: Prometeo.
- Vaillancourt, Y. (2011). La economía social en la co-producción y la co-construcción de las políticas públicas. *Revista del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo (CESOT)*(N°3).
- Windfuhr, M.y Jonsén, J. (2005). Soberanía Alimentaria. Hacia la democracia en sistemas alimentarios locales. *Heidelberg, Alemania: FIAN-Internacional e Heifer Internacional*.
- Yin, R. K. (1993). Applications of case study research. Applied social research methods series. *London and New Delhi: Sage Publications*.

ANEXO.

Tabla 10: Principios de organización social de la economía (adaptado de Coraggio, 2011)

PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN SOCIAL DE LA ECONOMÍA.			
PRODUCCIÓN SOCIAL	Principios de posesión y uso de los medios y otras condiciones de la producción	Principio de posesión por los trabajadores . (de forma individual o colectiva, por ej: El Ayllu).	Principio de producción para el autoconsumo o del hogar (oikos).
			Producción mercantil simple en condiciones de producción autogestivas.
		Principio de separación de los trabajadores y los medios/condiciones de producción (régimen capitalista, socialismo centralizado, ó, régimen servil).	
	Principios de cooperación:	Principio de cooperación voluntaria.	
		Principio de cooperación heterónoma.	
	Principios de relación entre el trabajo humano y la naturaleza:	Principio de intercambio equilibrado de energía: respetuoso de la reproducción de los ecosistemas y sus equilibrios. La naturaleza como sujeto de derechos.	
		Principio de extractivismo: relación de externalidad-dominación sobre la naturaleza. La naturaleza como conjunto de recursos.	
DISTRIBUCIÓN SOCIAL	Principio de apropiación por el trabajador individual (persona o familia): Apropiación primaria de la riqueza por los trabajadores.		
	Principio de apropiación colectiva o por terceros: Apropiación primaria del producto colectivo por actores reconocidos por el derecho o la costumbre (estado, capitalista, comunidad).		
CIRCULACIÓN	Principios de REDISTRIBUCIÓN: Presupone la existencia de un centro distribuidor que distribuye lo que previamente había recibido de los miembros individuales o unidades familiares que la integran. Su sentido es mantener la cohesión evitando la diferenciación social.		
	Principios de RECIPROCIDAD . Basado en la lógica del don- contra-don	Principio de solidaridad simétrica: Acción colectiva que establece un vínculo de igualdad entre los actores.	
		Principio de solidaridad filantrópica: Basada en el altruismo individual, no supone un contra-don	
	Principios de INTERCAMBIO: Refiere al intercambio de bienes y servicios a través de un sistema de equivalentes.	Principio de Mercado: Como principio de intercambio orientado por la ganancia. Se produce sistemáticamente para la venta.	
		Principio de Comercio (a tasas fijas, dispuestas más allá de las decisiones de los participantes): Refiere a los sistemas administrados de intercambio, donde las instituciones que garantizan tal intercambio se orientan por un objetivo de integración social.	
COORDINACIÓN DE UNA ECONOMÍA COMPLEJA	Principio de Planificación y Regulación Colectiva. Refiere a la gestión central legitimada democráticamente o la gestión directamente participativa entre grupos de actores económicos. Como forma de integración implica acuerdos sociales relativos a la producción, distribución, circulación y consumo de las diversas formas de riqueza en un sistema de división complejo de social del trabajo.		
	Principio de Mercado Autorregulado. Refiere a un proceso doble de individuación-fragmentación de los campos sociales como unidades autónomas y la subsunción de las distintos campos sociales al campo económico (en un sentido estricto).		
CONSUMO	Principio de Consumo de lo suficiente: Para satisfacer las necesidades y deseos -legitimados socialmente- de todos.		
	Principio de Consumo ilimitado: Consumismo, institucionalizado a partir del ejercicio libre de las capacidades desiguales de satisfacer deseos ilimitados.		



Ilustración 1: Mapa de la Ciudad de Posadas con las referencias de las 13 FF, el MCZ y el Mercado Central. Elaboración propia.

Referencias:



- A. FF Club Guaraní.
- B. FF Club Atlético Posadas.
- C. FF Club Racing.
- D. FF Fraternidad.
- E. FF Villa Urquiza.
- F. FF Villa Cabello.
- G. FF Santa Rita.
- H. FF Chacra 32-33.
- I. FF Barrio A4.
- J. FF Barrio San Isidro.
- K. FF Los Álamos.
- L. FF Itaembé Miní.
- M. FF Villa Lanús.



Mercado Concentrador Zonal de Posadas.



Mercado Central de Posadas.



Vías de acceso a la ciudad de Posadas: Ruta Nacional N°12 y Ruta Provincial N° 213.



Región de Microcentro de la Ciudad de Posadas.



Ilustración 2: Fachada del MCZ de Posadas. Foto: María Cecilia Anello.

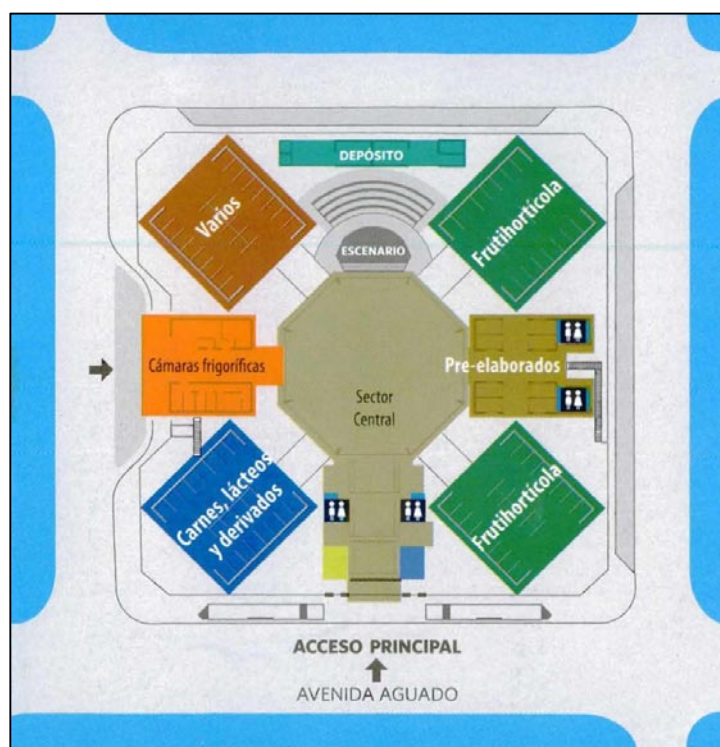


Ilustración 3: Croquis de la disposición física de las instalaciones del MCZ. Fuente: página web oficial.



Ilustración 4: Sector fruti-hortícola del MCZ de Posadas. Foto: María Cecilia Anello.



Ilustración 5: Boxes del sector fruti-hortícola del MCZ. Foto: María Cecilia Anello.

TABLA 11: Sistematización de las prácticas institucionales analizadas en las ferias de la AF y el MCZ¹¹⁶.

		Ferias de la AF	MCZ
Principio de Coordinación	Prácticas e instituciones de la gestión central legitimada democráticamente		Niveles Micro: A. Gestión centralizada de la infraestructura y logística para la comercialización de la AF. B. Prácticas de planificación de la producción y comercialización de productos de la AF. Nivel Meso: A. Institucionalización formal en la estructura municipal y provincial de prácticas de control y fomento de la comercialización para la AF.
	Prácticas e instituciones de la gestión directamente participativa entre grupos de actores económicos	Nivel Micro: A. Organización interna como prácticas democráticas. B. Autogestión de la infraestructura y logística para la comercialización. C. Autorregulación colectiva de prácticas legítimas e ilegítimas de comercialización (Control Social). Niveles Meso: A. Conformación de instituciones de representación política de las Ferias de AF. B. Prácticas de intercambios locales y nacionales. C. Participación en instancias de co-construcción de políticas públicas.	
Principio de Producción Social	Prácticas e instituciones para la reproducción ampliada de la AF. Autarquía.	Nivel Micro: A. Prácticas no mercantilizadas, vinculación estrecha entre la UD y las prácticas feriantes. B. Procesos de reconversión productiva hacia producciones alternativas y/o con manejos productivos orgánicos/agroecológicos. Nivel Meso: A. Prácticas de legitimación de la producción local y el rol de la AF como proveedora de alimentos. B. Regulación homeostática en pos de una autarquía colectiva, como proceso de integración social que organiza la producción y comercialización.	Nivel Micro: A. Procesos incipientes de mercantilización del trabajo de los productores y los alimentos, como condicionante de la autarquía individual. B. Prácticas de fomento y concientización sobre la autoproducción de alimentos. Nivel Meso: A. Prácticas de legitimación de la producción local y el rol de la AF como proveedora de alimentos.
Principio de Circulación	RECIPROCIDAD: Prácticas e instituciones de solidaridad simétrica	A. Acuerdos de convivencia ferial. B. Recreación de vínculos de confianza, solidaridad, familiares, de amistad, entre feriantes y con los consumidores.	
	RECIPROCIDAD: Prácticas e instituciones de solidaridad filantrópica.		A. Ausencia de instancias de participación democrática B. Modalidad de venta y acceso a insumos o recursos individual. C. Prácticas de acceso a los alimentos: abaratamiento y comercialización de alimentos industrializados.
	REDISTRIBUCION. Solidaridad Redistributiva no democrática:		A. Articulación con otras políticas públicas redistributivas que no favorecen la autonomía de los agentes.
	REDISTRIBUCION. Solidaridad redistributiva democrática:	A. Redistribución interna a partir de fondos propios o de la gestión de recursos públicos estatales (subsídios, transporte, fuerza de trabajo, etc.) en diversas escalas de representación.	A. Constitución del MCZ como una instancia de democratización de acceso a los mercados para los productores y consumidores.

¹¹⁶ Elaboración propia. Nota: Los indicadores refieren a una manifestación “tendencial” de una u otras variables en tanto intentamos comprender la complejidad de los procesos sociales en su materialidad pero también en su potencialidad, por lo tanto, los espacios en blanco no deben ser comprendidos como expresión de “ausencia absoluta” de las variables seleccionadas.