

Economía Social y Agricultura Familiar

Hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención



Roberto Cittadini, Luis Caballero, Mariana Moricz y Florencia Mainella (compiladores)

• Ediciones

Instituto Nacional de
Tecnología Agropecuaria



Economía Social y Agricultura Familiar

Hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención

Foto de tapa: Cintia Indiana Galetto
Diseño de tapa e interior: Federico Miri

Economía social y agricultura familiar : hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención / compilado por Roberto Cittadini ... [et.al.] . - 1a ed. - Buenos Aires: Ediciones INTA, 2010. 465 p. ; 15x21 cm.

ISBN 978-987-1623-53-2

1. Economía Social. I. Cittadini, Roberto, comp.
CDD 338.9

Fecha de catalogación: 25/03/2010

Este libro se terminó de imprimir en Artes Gráficas Papiros Sociedad Anónima Comercial e Industrial. Castro Barros 1395 /97, Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Argentina. En el mes de Septiembre de 2010

Índice

Prólogo

Julio Catullo..... 11

Economía social y agricultura familiar:

miradas y experiencias sobre un mismo camino

Roberto Cittadini, Luis Caballero, Mariana Moricz

y *Florencia Mainella (compiladores)*..... 13

Economía social Conceptos para el análisis

Pensar desde la perspectiva de la economía social

José Luis Coraggio..... 29

La economía como construcción social..... 29

La economía como sistema de instituciones y prácticas..... 35

Los recursos y las necesidades..... 38

La mercantilización de las instituciones organizadoras
de la vida social..... 44

¿Cómo construir Otra Economía?

***La Economía Popular en el marco de una Economía Mixta como punto
de partida***..... 51

Diferencias entre Economía Popular y Economía Social.....	59
<i>Los principios de institucionalización de la economía</i>	64
<i>La unidad doméstica y los emprendimientos de la economía social</i>	84
Acerca de la promoción de los emprendimientos y los sentidos subyacentes.....	91
<i>El rol de los técnicos y profesionales en la intervención social</i>	95
La práctica profesional como práctica institucionalizada y la necesidad de miradas transdisciplinarias.....	98
En busca de nuevos paradigmas de intervención.....	102

*Economía social y agricultura familiar
Relatos desde las experiencias*

La Feria Franca de San Vicente (Misiones) y sus efectos en la organización interna de las unidades familiares de producción <i>Francisco Rodríguez, Clorinda Perucca, Laura Kostlin y Guillermo Castiglioni</i>	111
El Mercado de la Estepa “Quimey Piuké” <i>José Luis Zubizarreta y María Susana Campos Salvá</i>	139
Anexo: Proyecto de Ley de Economía Social y Mercados Productivos Asociativos	163
La Mesa Provincial de Organizaciones de Productores Familiares de Buenos Aires: Una herramienta compartida <i>Alicia Alem y Alicia González</i>	173

Red Puna:

Una experiencia de organización económica de pequeños productores
Celeste Golsberg y Liliana Martínez..... 209

La Red Orgánica Solidaria de Tucumán (ROST)
Adriana Lobo, José Zelaya y Myrna Lazarte..... 225

Economía Social y Agricultura Urbana:
el caso de la Feria Verde de la ciudad de Mar del Plata
Constanza Villagra, Virginia Handam y Roberto Cittadini..... 245

*Hacia la construcción de nuevos
paradigmas de intervención...*

**Las Comunidades Unidas de Molinos y el acompañamiento de la
AER INTA Seclantás**
Paula Olaizola..... 281

La Escuela de Formación de Dirigentes (EFD) – Red Puna
*Equipo Coordinador de la Escuela de Formación de
Dirigentes - Red Puna*..... 291

**La experiencia del IPAF NOA en la Escuela de Formación de
Dirigentes (EFD) de la Red Puna**
Walter Mioni y Gastón Godoy Garraza..... 299

**Fortalecimiento de la Feria Agroartesanal en tres parajes del
norte neuquino**
Cintia Indiana Galetto, Martín Alarcón y Julieta Rocca..... 307

El proceso de reflexión sobre la intervención del equipo de ProHuerta Corrientes	
<i>Equipo técnico del ProHuerta Corrientes</i>	321
El Mercado de la Estepa y el acompañamiento de la AER INTA Bariloche	
<i>José Luis Zubizarreta</i>	333
Experiencia de acompañamiento socio-organizativo a productores urbanos y periurbanos de la Feria Verde Agroecológica de Mar del Plata	
<i>Manuel Manzoni y Victoria Bisso</i>	343
La Feria Verde de Mar del Plata y el “precio justo”: Nudos problemáticos para la reflexión desde la perspectiva de la economía social	
<i>Luis Caballero, Laura Crespi, Sergio Dumrauf, Edgardo González, Florencia Mainella y Mariana Moricz</i>	353
Anexo: Cartilla “Ida y Vuelta”	371

Reflexiones Finales

A modo de conclusión: algunos criterios para pensar las diferencias entre la economía de mercado y la economía social	
<i>José Luis Coraggio</i>	391
Preguntas del público	413

Anexos

Localización de las experiencias.....425

Anexo fotográfico..... 439

Anexo audiovisual (sólo disponible en ejemplares de distribución gratuita)

Fiesta provincial de las Ferias Francas de Misiones (2005)

Realización: La Red - Cáritas Diocesana Posadas.

El Mercado de la Estepa (2007)

Realización: Pablo Zubizarreta.

La Red Orgánica Solidaria de Tucumán (2009)

Realización: Dockfilms.

Tierra Adentro (2006) – Audiovisual sobre la Feria Verde de Mar del Plata.-

Realización: Granito Producciones.

La Red Puna (2009)

Realización: IPAF NOA-Darío Setta. / Red Puna

El cambalache de la Red Puna (2009)

Realización: IPAF NOA-Darío Setta. / Red Puna

La Escuela de Formación de Dirigentes de la Red Puna (2005)

Realización: Darío Setta / Red Puna

La Mesa Provincial de Organizaciones de Productores Familiares de Buenos Aires (2007)

Realización: Mesa Provincial de Organizaciones de Productores Familiares de Bs. As.

Taller de sanidad animal de la escuela campesina. Comunidades Unidas de Molinos (2007)

Realización: Investigación Participación Acción -Área de Comunicación CUM.

Fueguitos (2007) – Audiovisual sobre la Experiencia de trabajo del ProHuerta de Corrientes.-

Realización: Jorge Cefarelli

La Feria Franca de San Vicente (Misiones) y sus efectos en la organización interna de las unidades familiares de producción¹

*Francisco Rodríguez², Clorinda Perucca³, Laura Kostlin⁴
y Guillermo Castiglioni⁵*

Introducción

La conformación de la Feria Franca de San Vicente (FFSV) se inscribe en un contexto de crisis agraria generalizada que afectaba, principalmente, a los pequeños productores familiares de la Provincia de Misiones. Uno de los rasgos centrales de la crisis es la fuerte caída de los precios de los principales productos de renta (yerba mate, té, tabaco). Frente a esta coyuntura, organizaciones locales y productores aislados buscan alternativas de ingreso a partir de la venta de

1 - El presente trabajo es producto de una investigación realizada en el marco del Proyecto Regional “Análisis y validación de metodologías de extensión rural orientadas al desarrollo territorial” (MSNES12) y del Proyecto Específico “Estudio de la diversidad de procesos de innovación y desarrollo territorial para la construcción de propuestas teóricas y metodológicas mejoradoras de la intervención” (PENTER1313), ambos del INTA.

2 - Lic. en Antropología Social, Centro Regional Misiones, INTA.
Contacto: frrodriguez@correo.inta.gov.ar

3 - Ingeniera Agrónoma, Centro Regional Misiones, INTA.
Contacto: cperucca@correo.inta.gov.ar

4 - Lic. en Antropología Social, Centro Regional Misiones, INTA.
Contacto: laurakostlin@yahoo.com.ar

5 - Lic. en Antropología Social, IPAF NEA, INTA.
Contacto: castiglioni.guillermo@yahoo.com.ar

los excedentes de la producción de autoconsumo. Asimismo, hacia 1994, el Programa Social Agropecuario (PSA) y el Movimiento Agrario Misionero (MAM), a partir del conocimiento de las experiencias de comercialización directa en los estados del sur de Brasil, coordinan acciones centradas en el incentivo de la producción de alimentos y comercialización en espacios locales. A estos mercados, en el ámbito de la provincia, se los va denominar Ferias Francas. La primera de estas se inaugura en 1995 en la localidad de Oberá.

La formación, en 1997, de la FFSV fue precedida por acciones de asistencia técnica y asesoramiento enmarcadas en distintos programas de desarrollo rural del Estado. Al comienzo del apartado, se analizan las intervenciones que anteceden y contribuyen a la constitución de la feria, el carácter de las unidades productivas del área y el lugar del autoconsumo para las mismas. A continuación se exponen los dispositivos institucionales, los saberes y las pautas organizativas que constituyen a la feria franca a partir de su apertura. Por último, se analizan los impactos de esta modalidad de comercialización en la organización interna de las unidades de producción familiar.

1. Programas de desarrollo y producción de autoconsumo

1.1. Las acciones de desarrollo

Los técnicos de la Agencia de Extensión Rural (AER) del INTA en San Vicente, venían trabajando con pequeños productores de los municipios de San Vicente, El Soberbio, Dos de Mayo, y Colonia Aurora a partir de la ejecución del Proyecto Minifundio (1992) y el Programa ProHuerta (1994)⁶. Ambos proyectos fomentaban la diversificación y el mejoramiento de la producción destinada al autoconsumo y se apoyaban, para su implementación, en la

6 - La mayoría de los productores que participan de la Feria Franca de San Vicente tienen explotaciones de entre 10 y 50 ha, escasamente mecanizadas y capitalizadas, y utilizan, predominantemente, mano de obra familiar. Los sistemas productivos se caracterizan por ser diversificados, combinando la producción de cultivos perennes (yerba mate y té), con tabaco y producción destinada al autoconsumo.

formación de grupos locales aglutinados a partir de las relaciones de vecindad, parentesco, y/o amistad existentes entre los productores del área.

Desde el proyecto Minifundio⁷, se trabajaba con grupos de pequeños productores para que estos incorporaran u optimizaran actividades productivas alternativas (ganadería de cría, producción porcina, hortalizas, aves, etc.), lo que permitía diversificar la producción, mejorar la alimentación de las familias agricultoras, y generar una renta adicional. Los extensionistas de estos programas de desarrollo pensaban estas iniciativas, además, como una estrategia eficaz frente a la expansión del cultivo de tabaco que, por su demanda de trabajo, llevaba a la familia a descuidar la producción de autoconsumo. Por medio de sus organizaciones los productores podían acceder también a pequeños equipos y máquinas⁸ que mejoraran las condiciones de trabajo (Otero; Perucca; Schvörer y Schiavoni, 2006: 262).

El segundo de los Programas mencionados, el ProHuerta, se centraba en la producción de alimentos a través de la provisión de semillas e insumos para el desarrollo de huertas orgánicas y granjas, y contemplaba la capacitación en producción orgánica y mejoramiento de la alimentación. En este caso, los grupos de base estaban conformados mayoritariamente por mujeres de zonas rurales y periurbanas.⁹

Desde la percepción de los productores, la intervención en esta etapa inicial aparece fuertemente identificada con INTA y las propuestas y acciones de sus técnicos.¹⁰

“Apareció un día, como que cayó del cielo, gente del INTA, M. y S. (técnicos de la agencia de extensión rural de San Vicente), tratando de que

7 - La denominación completa del mismo es “Proyecto de Desarrollo Socio-Productivo de Pequeños Productores del Municipio de San Vicente”.

8 - Tales como moladoras de maíz, descascaradoras de arroz, ruedas de agua, entre otras.

9 - Según las bases del registro del programa ProHuerta para el Departamento Guaraní, del total de los receptores directos del programa (jefes de hogar), el 75% eran mujeres y el 25% hombres.

10 - Esto más allá de que los técnicos en su mayoría no estaban vinculados contractualmente con INTA, sino con diferentes programas. Es probable que esta percepción se funde en el hecho que todos ellos se encontraban en la agencia de extensión rural de la localidad.

el colono mejore su autoconsumo. Esa era la idea de ellos, era un proyecto Minifundio. (...) en mi casa fue la primera reunión. (...) Creo que dos años aproximadamente que nosotros completamos la parte que ellos prometían ayudarnos, que era mejorar el autoconsumo: ampliar la huerta, mejorar el chanchito, la gallina, por ahí se mejoraron la forma de alimentarse, mejoraron en calidad, se mezcló... se trajo el huevo de la gallina del vecino, se cambió, en fin... toda una mejora.” (ex integrante de grupo Minifundio, ex feriante dirigente)

1.2. Los sentidos del autoconsumo

Hacia 1995/96 el trabajo desarrollado en el marco de estos programas, había permitido que los agricultores mejoraran la calidad de sus producciones, diversificaran las unidades productivas y generaran excedentes en forma regular.

“...la época que entró el INTA con el Proyecto Minifundio era una época difícil en la chacra; entonces eso por ahí ayudó a que la gente se enganche más fácil. Con esa tremenda fuerza que vino, el que se enganchó le dio con todo y le sobró todo, ¿no es cierto? Es como que dio un bajón de luz y cuando viene, viene con mucha más fuerza. Bueno, más o menos así, como que nosotros salvamos esa parte y superamos... y dijimos: ‘Ahora qué hacemos con el excedente de todo...?’.” (ex integrante de grupo Minifundio, ex feriante dirigente)

Diferentes entrevistados relacionan el “éxito” de la propuesta, con la crisis de los precios de los productos de renta tradicionales. Se observa que en un corto período de tiempo los participantes de estos proyectos pasaron a disponer de volúmenes de producción que superaban las necesidades de consumo de la familia. Todos los productos excedentes a los que hacen referencia los entrevistados, son los que se consumían en la *casa*, los que atendían la alimentación del grupo doméstico.

“... buscar la forma de vender el huevo que nos sobra en casa, el kg. de

poroto que nos sobra en casa...” (Ent_ER: 6).

“...lo que sobraba en la chacra que no consumían y ahí empezaron...”
(Ent_PZ: 2)

“...la gente decía, ‘a mi me sobra cantidad de lechuga’, el otro decía ‘la cantidad de pollo que tengo no como; ¿no hay cómo vender?’ Nació esa idea. (...) Y ahí se comenzó a pensar en un mercado, un mercado como una Feria o algo así.” (ex integrante de grupo Minifundio, ex feriante dirigente)

“Porque como te decía, empezó a sobrar morfi, ‘¿y qué hacemos?’; ‘queremos vender, no queremos perder’”. (Ent_DS: 11).

De lo anterior se desprende que la discusión, la *búsqueda* o el *pensar* en un mercado o Feria aparece asociado a la existencia de excedentes de los productos consumidos por la familia. Para comprender las condiciones en que se crea la Feria y cómo influyen en la misma las particularidades de estas unidades productivas, vamos a detenernos en el análisis de los sentidos de la producción de autoconsumo.

En el tratamiento de la producción de autoconsumo, partimos de la reflexión teórica desarrollada por Chayanov (1974), quien sostiene que la producción centrada en el aprovisionamiento de la familia campesina, se orienta al logro del consumo necesario de los integrantes del grupo doméstico durante todo el año. La particularidad de la producción campesina es que se trata de una unidad de trabajo y consumo al mismo tiempo, en la cual la organización del trabajo, su duración e intensidad, se ajustan a una racionalidad propia. En este caso, las explotaciones campesinas se organizan para alcanzar el equilibrio óptimo entre el esfuerzo materializado en las actividades productivas y el consumo de la familia. El equilibrio trabajo-consumo se alcanza por el “cálculo, no necesariamente explícito o consciente, que establece el equilibrio económico básico entre las fatigas del trabajo y la satisfacción de las necesidades. El principal objetivo económico es organizar el trabajo del año para cubrir las necesidades de una familia” (Chayanov, 1974: 333). Las estrategias del grupo doméstico para alcanzar dicho objetivo, varían según la composición interna y las necesidades alimentarias de la familia, los niveles de productividad del trabajo, y el contexto donde actúan las unidades de producción.

Todos los productos excedentes mencionados antes, tienen destinos alternativos. Es decir, pueden atender a las necesidades alimentarias del grupo doméstico en forma directa, o bien, pueden venderse para obtener una renta monetaria con la cual adquirir los bienes que no produce la familia pero que resultan indispensables para su subsistencia. Esta característica de la producción de autoconsumo de poder ser vendida o consumida, es a la que Heredia (2003) y Afranio García (1983, citado en Grisa y Schneider, 2008) aluden con la noción de alternatividad.

Analizando un grupo de productores del estado de Pernambuco (Brasil), Heredia (2003: p. 118) sostiene que estos productos permiten a las familias campesinas, desarrollar estrategias para aprovechar las situaciones de precios favorables a través de la comercialización, o bien, destinar los mismos productos al consumo doméstico cuando los precios resultan desventajosos. Los productos que tienen ésta característica, afirma la autora, “le permiten al pequeño productor actuar frente a las fluctuaciones de precios, situación ésta que escapa a su control. Es precisamente el carácter de alternatividad que poseen estos productos lo que determina que sean ellos los elegidos para su cultivo, aún cuando puedan coexistir con cultivos destinados exclusivamente a la venta” (Op. Cit.: 118).

Es en el sentido apuntado por Heredia, que la producción de autoconsumo amplía la autonomía del agricultor al vincular buena parte de la satisfacción de las necesidades alimentarias del grupo doméstico a la producción que controla el productor, y así, disminuyen los efectos de las cambiantes condiciones del intercambio mercantil.

En el área de nuestro estudio, las unidades productivas están estrechamente articuladas al mercado a través de distintos cultivos comerciales, entre los cuales ocupan un lugar principal el tabaco, la yerba mate y el té; en este contexto la producción de autoconsumo permanece, aunque asumiendo un lugar complementario (Gazolla y Schneider, 2007), en las estrategias de reproducción social de las explotaciones.

“O que existe é um agricultor familiar que possui sua lógica de produção e reprodução social assentada tanto no mercado como ao mesmo tempo na

produção para autoconsumo, como duas esferas integradas dialeticamente e sobrepostas à unidade de produção e ao grupo doméstico, determinando e apontando os “caminhos” que a reprodução social do agricultor familiar vai seguir” (Gazolla y Schneider, 2007: 10).

Circunstancialmente, y como vimos, la caída de los precios de los cultivos de renta durante los '90, generaba todo tipo de incertidumbres y dificultades en la atención de las necesidades del grupo doméstico y alentaron estrategias que se centraban en las producciones de autoconsumo que podían también comercializarse en los espacios locales.

La producción de autoconsumo, además de atender a las necesidades de alimentación del grupo doméstico y de ampliar la autonomía de la unidad familiar de producción frente a los mercados, contribuye a sostener y extender las relaciones entre unidades productivas emparentadas o vecinas. En este caso, y a través del intercambio de comidas y visitas, los alimentos producidos por la unidad familiar sirven a la construcción y reproducción de relaciones de vecindad, amistad, compadrazgo. De acuerdo con Grisa y Schneider (2008), estos circuitos de intercambio inician la relación entre grupos domésticos y sancionan acuerdos entre ellos. *“Más que alimentar necesidades vitales, en estos casos, la producción para el autoconsumo alimenta sociabilidades, afirma relaciones entre vecinos, establece compromisos, consolida la vida comunitaria y una estructura social importante para la reproducción social de las unidades familiares”* (Op. Cit: 5).

Este tipo de prácticas está ampliamente extendido en la región estudiada (Schiavoni, 1995). Así, cuando los entrevistados describen el destino de los productos alimentarios que exceden las necesidades alimentarias de la familia, mencionan, en primer lugar, su circulación bajo la forma del regalo y la ayuda entre vecinos.

“Antes si algo sobraba le regalaban a los vecinos y si todavía sobraba se lo tiraban a los animales” (Ent_IW: p. 3)

El carácter de la producción de alimentos que sirve al mismo tiempo para la alimentación del grupo familiar, la venta y para el mantenimiento de las relaciones de parentesco, vecindad y compadrazgo; aparece, a veces, en las

diferentes interpretaciones que técnicos y productores-feriantes hacen sobre algunas decisiones productivas. Esto ocurre cuando la decisión de producir un determinado bien no sólo se ajusta a la racionalidad económica, en el sentido formal que refiere al cálculo de costos y beneficios, sino que intervienen otras lógicas en las que los intereses y capitales en juego son sociales o simbólicos.

A modo de ejemplo, analicemos las diferentes interpretaciones que formulan los productores y los técnicos en relación a la producción de pollos. Cuando los técnicos, apoyados en el análisis de los costos de producción, recomiendan abandonar la cría de pollos para la Feria, los productores se oponen y mantienen una actividad que no es rentable. El relato que reproducimos a continuación expone las razones a favor y en contra de esta actividad productiva:

“CK: ...en aquel momento, el tema de los pollos hacíamos números, porque sacaban crédito para criar pollos, y el pollo en un momento no cerraba los números ni cuadrado. Salía mucho más económico comprar que producir pollos y la gente llevaba crédito para criar pollos. Lógicamente era un producto gancho: el pollo, el huevo, el chanco. Son productos gancho. El tipo viene a comprar pollo de la feria y ya lleva lechuga, cebollita, entonces por ese lado era entendible pero daba pérdida. Entonces nosotros decíamos ‘el pollo da pérdida, traten de no sacar pollo’. Entonces ellos ‘che, pero no quieren que yo saque’.

E: para ellos era importante tener pollo

C: aparte todas las cosas que producen para la feria también es para consumo de ellos. Y que por ahí es MUY importante, inclusive le da un... en su colonia, con sus parientes, si hay pollo grande van a comer el pollo grande con sus parientes que van a traer a la feria?...” (Ent_técnico: 4).

Son dos los argumentos que sustentan la decisión de continuar con la producción de pollos a pesar de la opinión contraria de los técnicos. Por un lado, los productores entienden que muchos de sus clientes van a buscar a la Feria el tipo de pollos que ellos producen y que aún sin obtener ganancias con esa venta, les permite comercializar otras producciones de las que dispone la mesa. A esto se refieren cuando hablan del pollo como un *producto gancho* y consideran las ventajas económicas de mantener su oferta. Por el otro,

la producción del pollo *de chacra* o *campero*, se incorpora a un sistema de relaciones localizadas entre conocidos y parientes, ingresa en los rituales de comensalidad y sociabilidad en los que los productores celebran y reproducen sus relaciones sociales. El relato de uno de los técnicos reflexiona sobre estas dos lógicas en las que se apoya la decisión no económica de producir pollos.

Atendiendo a todo lo hasta aquí expuesto, podemos inferir que una intervención que promoviera la comercialización de los excedentes de cultivos que tradicionalmente se asocian al autoconsumo y a las prácticas de hospitalidad y sociabilidad, complementaría las estrategias previas y propias de los productores familiares. En este sentido, vemos cómo se conjugaron una serie de factores que terminaron por facilitar la apropiación de la Feria Franca por parte de los productores.

2. Las actividades previas o de preparación

En el caso de la FFSV, la propuesta de trabajar en la comercialización de estos excedentes surge en una reunión de los grupos de Minifundio. Todos los relatos que escuchamos atribuyen la iniciativa a uno de los productores:

“...Y por ahí el ingeniero pregunta, ‘¿que mas queríamos la gente?’. Es más, ‘¿si faltaría algo más?’. Hasta ahí estaba todo bien, y si hacia falta más, qué? Y salí yo y dije... ‘nos faltaría algo más, faltaría que nosotros pudiéramos ir a vender, buscar la forma de vender el huevo que nos sobra en casa, el kilogramo de poroto que nos sobra en casa’, y quedó por eso, no?”
(Ent_ER: 6)

Para estimar el grado de adhesión que recibía la propuesta, se hicieron consultas a los integrantes de los grupos con los que se venía trabajando y con productores pertenecientes a grupos de reciente formación. La adhesión fue muy desigual, y si bien en algunos casos la totalidad de los integrantes del grupo decidió entrar en la Feria, en otros, sólo algunas familias lo hicieron.¹¹

11 - Algunos de los grupos nuevos se forman en base a grupos de productores que venían comercializando en forma directa en la ciudad de San Vicente (ellos hacen referencia a este sistema de venta con la expresión *venta puerta a puerta*).

Con las reuniones de planificación y preparación de la Feria surgen desconfianzas y recelos entre los participantes. Las redes de conocimiento mutuo y ayuda que habían contribuido a la formación de los grupos de “beneficiarios” de los proyectos estaban localizadas, y el reconocimiento y la confianza entre aquellos que participaban de los intercambios y encuentros cotidianos no superaban, por lo general, el espacio de la “picada” o colonia. Al impulsar ahora reuniones entre grupos de diferentes colonias aparecían los miedos y la desconfianza entre productores pertenecientes a grupos distantes entre sí.

“Nosotros íbamos a otras colonias, vinieron gente de otras colonias a nuestra colonia, a intercambiar ideas, trabajos que estábamos haciendo... un montón de cosas. Pero... no nos conocíamos nadie. Nadie confiaba en nadie.” (Ent_DS)

En esta etapa el equipo que acompañaba la experiencia, integrado por técnicos del INTA y el Programa Social Agropecuario (PSA), organizó y llevó adelante actividades de capacitación y organizativas que habrían de facilitar la comercialización conjunta. De sus testimonios se desprenden algunas de las características que quisieron incorporar a la comercialización por medio de una feria local. Al respecto destaca el anhelo o, en términos de los entrevistados “el sueño”, de que la feria permitiera el acceso al mercado a productores muy heterogéneos en cuanto a sus condiciones de producción y a la trayectoria de los grupos en los que se integraban.

“...Porque en lo que le erramos, por decir de una manera, es que nosotros soñábamos que cualquier productor por marginado que esté, marginado, aislado, sin capital, sin esto, podía en forma grupal acceder al mercado porque el grupo lo iba a apoyar. Sólo, no iba a tener ni la producción, ni la constancia, ni el poder pagar el flete, ni la cara para vender; pero ayudado por el grupo, sí.” (Ent_MC: 11)

Las capacitaciones abordaron temas tales como la manipulación de productos lácteos y cárnicos, la producción orgánica, la preparación y presentación de los productos para su comercialización, las regulaciones y normas de higiene a las que debía ajustarse la producción para la feria, la preparación y el envasado de

dulces, la relación con los clientes, entre otros. Por lo general las capacitaciones estaban a cargo del PSA. En esos talleres, técnicos y productores trabajaban también en la caracterización del mercado, en el análisis de las limitantes y dificultades¹² que enfrentaban los productores, las ventajas, los potenciales competidores, y las modalidades de organización para producir y vender. Como parte del proceso de capacitación de los feriantes, se visitaron las ferias ya existentes en la Provincia y en el sur de Brasil con el objeto de aprender de ellas.

“Fuimos a Brasil, fuimos a visitar otras Ferias, la Feria de Oberá por ejemplo, que fue la Feria madre.”

“Lo que faltaba era capacitaciones, no teníamos nada. Nadie sabíamos nada, inclusive los mismos técnicos pedían apoyo de otros técnicos que ya estaban en el tema, para ver qué era lo que se tenía que hacer primero. Se empezó a copiar de las otras Ferias u organizaciones más viejas.” (Ex integrante de grupo Minifundio, ex feriante dirigente)

Una de las preocupaciones de técnicos y productores era disponer de la producción necesaria para la Feria. Con esta finalidad se realizó un relevamiento de la producción de los feriantes, analizando la diversidad y el volumen de producción de cada explotación. De acuerdo con el productor y según la capacidad de producción de cada familia, se establecieron compromisos para lograr el abastecimiento de la futura Feria. Además se desarrollaron actividades para conocer el tipo de demanda (los productos demandados, los hábitos de compra, etc.) y estimar los volúmenes requeridos semanalmente. La encuesta que se hizo con ese fin, también sirvió para definir los días y el lugar en el que habría de instalarse la feria.

Por último, la apertura de la Feria impulsó una serie de acciones para conformar una organización que sostuviera la comercialización conjunta. Se formó una ‘comisión provisoria’ de la “Asociación Feria Franca de San

12 - Entre los problemas se identificaban los siguientes “no sé que hacer o producir”, “hago un producto que el mercado no quiere”, “no tenemos recursos para afrontar inversiones”, “no sabemos hacer y no tenemos asesoramiento”, “no tenemos cómo sacar el producto de la colonia”, “no tenemos organización”, “no tenemos comprador”. (Memoria del 1er taller de comercialización, San Vicente, 1996).

Vicente”, la que se encargó de elaborar un sistema de reglas internas y externas de funcionamiento y participación en la Feria. El diseño del reglamento se realizó en reuniones semanales y mensuales durante varios meses, trabajando con el apoyo de técnicos de la AER y PSA.

“(…) entre la gente de la EFA ((Escuela de la Familia Agrícola)), con todos, los ingenieros, todos y los colonos. Cada uno aportaba una idea.

“(…) si iba a ser una producción orgánica o no orgánica. Y bueno ahí todo eso se discutía. Y... la forma de los grupos: cómo iban a trabajar en mesas, cuántas mesas, y la cantidad de grupos. Habían como 13 grupos en esa época (...) y cada grupo tenía 5, 6, 7, 8 y mucho más integrantes y ahí se les puso las leyes que creamos entre todos las reglas” (Ent_ER, 12).

La incipiente asociación, tuvo como uno de sus objetivos centrales gestionar ante el Gobierno Municipal el permiso de venta en la vía pública y la cesión de un espacio para el funcionamiento de la Feria Franca. Para ello presentó una propuesta en la que se detallaba el tipo de producción que se iba a vender, la modalidad y la forma de organización de las ventas.

3. La Apertura

El sábado 17 de mayo de 1997, la Feria Franca de San Vicente inició sus ventas al público en una calle céntrica del pueblo. Autorizados por la Municipalidad, los productores montaron las mesas sobre la vereda, donde exponían sus productos desde las primeras horas de la mañana. Las instalaciones no eran fijas, debían trasladarlas cada día de comercialización (mesa y estructura metálica donde se montaba una cobertura de lona). Desde su apertura, la Feria se organizó sobre la base de grupos de productores que comercializaban juntos su producción en cada uno de los puestos de venta o “mesas”. La organización grupal es una de las características destacadas por productores y técnicos. Los productores que venden en la *mesa* provienen de la misma colonia y, en la etapa que analizamos, integraban los grupos del ProHuerta o Minifundio. Además de los integrantes permanentes de la mesa,

estaban involucrados en el funcionamiento de la Feria los “fleteros” y un número no determinado de agricultores que si bien no producían lo suficiente como para integrar una de las mesas, vendían cuando tenían algún excedente. A estos se refieren cuando hablan de los *productores de apoyo*.

“...Entonces venir agrupados a vender era la forma en que podían llegar y a partir de ahí se fueron sumando gente que iba a ser la que iba a vender, el fletero, que eran cosas muy importantes. El que iba a producir y el que iba a producir por la dudas, de apoyo, iba a mandar algo, no tenía mucho pero podía mandar algo para ayudar. Y en esos términos fue surgiendo...”
(Ent_CK: 1)

La comercialización grupal hizo posible contar con la producción suficiente para abastecer a cada una de las mesas y facilitó el acceso al mercado a productores con bajos o inexistentes niveles de capitalización. La venta agrupada permitía repartir los costos de comercialización (gastos de traslado, de habilitación de la mesa) entre varios productores. Además, el tiempo de trabajo que demandaban las ventas recaían en un par de miembros de cada grupo y el resto podía continuar con sus actividades productivas sin interrupciones.

Al momento de apertura, la Feria contaba con 16 ‘mesas-grupos’, las que representaban a un total de 130 familias.

3.1. Un día de venta en la Feria Franca: roles y funcionamiento

La Feria Franca está formada por *mesas* que corresponden a cada uno de los grupos locales. La responsabilidad por el funcionamiento de la *mesa* recae en uno o dos “vendedores” por cada grupo. En la elección del ‘vendedor/a’ se tenía en cuenta “*que no tuviera vergüenza para hablar*”, que estuviera interesado en la actividad, que supiera leer, escribir y “*hacer cuentas*”.

El vendedor, que debía estar acreditado por el Municipio, realizaba las siguientes tareas: reunía la producción de los demás integrantes del grupo, registraba lo recibido de cada uno, trasladaba dichos productos al pueblo, los ordenaba en la mesa, atendía a los clientes, y al regresar, entregaba a cada integrante del grupo el resultado de las ventas y los productos que no se habían

vendido.

En las primeras horas de la jornada, antes del iniciarse las ventas, se hacía un control de calidad de los productos, a cargo de una comisión integrada por un feriante, un técnico de la AER, y un delegado Municipal. Esta Comisión debía controlar las condiciones de higiene y las formas de presentación de los productos (previamente definida y consensuada en la organización).

Una vez finalizada la jornada, alrededor de las 11 de la mañana, se ‘levantaban los puestos’, y se realizaba una reunión entre los *delegados* de los grupos (que en general cumplían también la función de *vendedores*), integrantes de la Comisión, técnicos, y responsables de las distintas comisiones (tesorero del fondo de mesas, encargado del control de calidad, control de precios). Las reuniones semanales servían para evaluar las ventas, revisar los precios, presentar las rendiciones de lo cobrado por el derecho de mesa y se trataban los problemas de la Feria en general como así también los de los grupos locales.

De la breve descripción de las actividades que engloba la realización de la Feria, se desprende la fuerte demanda de dedicación que se imponía a los productores encargados de las ventas.

“Si era una familia que mandaba la producción, era distinto: preparaba la producción, traía la producción a donde vivía el vendedor, y ya no le ocupaba todo el tiempo. Ahora, al vendedor sí se le iba el día. Porque iba a vender y tenía que organizar la casa. Organizar, salir al otro día, vender, volvía al terminar la venta, y... estaban todos esperando para recibir; tenía que rendir cuenta con el grupo” (esposa de E.R.).

3.2. La organización y los conflictos

- **La organización formal**

La Comisión de la Feria Franca desde los inicios estuvo compuesta por un presidente, vicepresidente, secretario, tesorero general, los tesoreros de cada fondo y los delegados de grupo. Las reuniones se realizaban una vez al mes y estaban abiertas a la participación de todos los feriantes y los técnicos

de la AER, vinculados al trabajo con la Feria. La Comisión fue la encargada de elaborar el Reglamento interno de la FFSV, recibir y dar respuesta a los pedidos de ingreso, coordinar las reuniones semanales y las Asambleas, atender y resolver los conflictos en los grupos locales, definir los precios de venta¹³, en síntesis, atender los acuerdos y las acciones relativas al funcionamiento de la organización y su desempeño económico.

En el momento inicial, la Feria Franca de San Vicente recibió ayuda financiera del Ministerio de Asuntos Agrarios de la provincia consistente en un subsidio de \$12.000. Con estos recursos, más lo recaudado por el pago de cuotas sociales por el funcionamiento de las mesas, y un aporte económico menor proveniente de los programas ejecutados desde la AER San Vicente, se crearon, entre fines de 1996 y comienzos de 1997, distintos '*fondos rotatorios*' para dar respuesta a las necesidades inmediatas de los feriantes.

Por un lado se crearon diferentes '*fondos pequeños*' con destinos específicos: '*fondo para fletes*', '*fondo de semillas*', '*fondo de bolsitas*', '*fondo de urgencia y emergencia*' (problemas de salud y demás). Los fondos que se prestaban, iban de los \$ 100 a los \$ 300, eran de devolución rápida y estaban manejados por diferentes 'tesoreros'. La administración de los "fondos pequeños" tenía un carácter informal: eran "*plata rápida y chiquita*" y no se necesitaba... "*... firmar más que un papel*" (técnico de la AER).

Por otra parte, existían los denominados '*fondos de crédito*' que comprendían el 'fondo de préstamos chicos' y el 'fondo de inversión ó préstamos grandes'. Estos fondos permitían que los productores accedieran a créditos con bajo interés y a largo plazo, destinados a la adquisición de animales, insumos y equipamiento básico, como así también, a la construcción de diferentes obras de infraestructura con el fin de apoyar distintos rubros de la producción destinada a la feria (para el abastecimiento y distribución de agua, instalaciones para huertas, gallineros, chiqueros, tambos, potreros).

"Yo tengo todavía una vaca, mi recuerdo de la feria que me regalaron.(...)"

13 - Los precios se fijaban en un 10% menos que los precios promedio del mercado local. Para su definición, la comisión realizaba periódicamente un sondeo en los distintos mercados de San Vicente. La responsabilidad por el cumplimiento de los precios así definidos se le asignaba a uno de los feriantes.

Hasta hoy tengo mi bomba de agua, ya nueve años trabajando con la misma bomba” (mujer feriante de los inicios que hoy en día no comercializa en la feria).

El responsable del cobro de los “préstamos grandes” era el tesorero de la Comisión Directiva de la Feria. Para acceder a este tipo de préstamos, había una serie de exigencias que comprendían el completar una planilla de solicitud fundamentando el destino y forma de devolución. Se debía contar con el aval del técnico, del presidente y del tesorero de la Comisión; y la aprobación final era dada en el ámbito de la asamblea mensual como órgano que refrendaba la decisión. Mensualmente se presentaban balances del estado de estos fondos.

3.2.1. Los conflictos y la construcción de acuerdos

El proceso de constitución de la FFSV desencadenó tensiones y conflictos entre los feriantes. Buena parte de los mismos se relacionan, de acuerdo con los relatos de los entrevistados, con la contradicción entre la búsqueda del interés individual y el interés grupal. Son al menos dos los planos en los que se manifiestan los conflictos: el de la mesa en la que vende el grupo local y el de la feria como un todo.

En el nivel de la *mesa*, el conflicto se desencadena entre el vendedor o vendedora y los demás integrantes del grupo. Las acusaciones al vendedor emergen cuando los productores se muestran disconformes con las cantidades vendidas o con los precios obtenidos. Cuando esto ocurría se cuestionaba a los vendedores por priorizar la venta de sus productos en detrimento de los demás o por vender a precios inferiores a los establecidos de común acuerdo.¹⁴ El siguiente relato describe una situación de esta naturaleza:

“(…) cuando empezamos, que éramos cinco, había una del grupo que llevaba mucho y es muy ambiciosa. Ella quería vender sólo lo de ella y mis compañeras, las otras, son calladas y yo no...” (Ent_IW: 14)

14 - Esto último ocurre cuando el vendedor baja los precios para concretar la venta y no perder el producto por su deterioro. A esto se refieren con la expresión “liquidar o rematar” los productos.

La *ambición* de la vendedora que terminaba privilegiando la venta de sus productos por sobre los pertenecientes a las otras integrantes de la mesa, aparece como la causa de este tipo de conflictos. También es el interés individual el que desencadena la *competencia* entre productores de una misma mesa por elaborar y comercializar los bienes que tienen mayor demanda entre los clientes de la Feria. Cuando uno de los feriantes incorpora un producto que muestra gran aceptación por parte de los clientes, los demás feriantes lo siguen. La “competencia”, en estos casos, revela la falta de acuerdos sobre el abastecimiento de la mesa.

Pero la *competencia* no se producía sólo en el interior de los grupos, sino también entre grupos feriantes cuando el vendedor de una mesa empezaba a vender a precios inferiores a los acordados con el objeto de incrementar sus ganancias.

“El mismo cliente medio que obligaba a la gente a competir los precios. Supongamos que había un Sr. que tenía mucho y bueno, por ahí quería vender lo que llevaba y por ahí le regalaba algo al cliente o por ahí le bajaba el precio, y no se podía hacer eso. Así que esas son cosas, así, pequeños problemas. (Ent_AK)

En todos los ejemplos expuestos hasta aquí, el conflicto parte del interés económico individual de alguno de los productores o bien del vendedor, que se impone, o intenta hacerlo, sobre el interés del grupo. Pero las tensiones entre feriantes aparecen también en situaciones en que el vendedor actúa orientado por el objetivo de evitar pérdidas a los productores de su mesa.

“Porque el que vende sólo su mercadería, o sea en la mesa individual, sabe si remata su mercadería o no remata. Si se le va a echar a perder o sabe donde va a ubicar. Pero el que tiene mercadería de otro, es bastante complicado, porque no puede rematar la mercadería. Porque (le pueden decir) “de lista de precio está a el precio está a 5 pesos y vos me vendiste mi lechón a tres pesos, por qué?”. “Y sí, pero no iba a traer de vuelta”. “Y sí, pero yo quiero que vos me pagues 5, si la lista está a 5 me tenés que pagar 5”. Y por otro lado, el productor que vende sus propias mercaderías asume sus pérdidas, en cambio a nivel grupal es jodido asumir las pérdidas.” (Ent_CK: 5)

Controlar y acotar la búsqueda del beneficio o la ganancia individuales cuando éste amenaza el interés colectivo, es el centro de buena parte de las reglas que construyen los feriantes.¹⁵ En el reglamento, por ejemplo, se definen los procedimientos a seguir en la venta de forma tal de limitar las posibilidades de que los vendedores saquen provecho vendiendo primero sus productos.

*“Artículo 26: Se debe poner sobre la mesa todos los productos, de todos los integrantes del grupo y se deja que **el cliente elija** la mercadería que más le gusta.”* (Reglamento FFSV, subrayado en el original).

Pero el reglamento no llega a resolver la totalidad de las situaciones de venta. En esos casos operan otros dispositivos o reglas que orientan el comportamiento de los vendedores. Cuando el cliente no selecciona el producto, los vendedores se ajustan a un sistema de turnos que asegura una distribución equitativa de las ventas.

“...Yo siempre hablando, medio poniendo, yo fui la que puse muchas reglas para tratar de mejorar. Y yo lo que dije el otro día, no defendiendo sólo lo mío, defendiendo de mis compañeras, porque yo decía si llevamos por ejemplo tres, de las cinco tres lleva lechuga, ponemos tres cajones. O el cliente elige o vendemos un kilo de cada una, una bolsita de cada una. Y ella no, ella quería vender lo de ella primero. Y no es justo porque como ella pagaba flete las otras también pagaban flete. Bueno, peleé en el buen sentido de la palabra, peleé mucho con ella, para, hasta encaminar. Y ahora esa señora dejó de ir a la feria porque se enfermó, está bastante bien, pero ella hace como dos años que dejó, y salió ella y con las otras no hay problema.” (Ent_IW: 14)

Del mismo modo que se definen reglas para pautar la relación entre vendedor/a y productores, se plantean estrategias con el objetivo de coordinar la producción para comercializar y limitar la *competencia* entre productores. Por un lado, se impulsa la especialización de la producción al interior del grupo, y por el otro, se alientan mecanismos informales de comunicación, acuerdos previos en relación a los productos a llevar. La primera de dichas estrategias, era explícita y estuvo acompañada por los técnicos y apoyada a

15 - Entendemos por reglas “las normas intencionalmente creadas y aplicadas para organizar la vida social...” (Godelier, 1979: p. 254).

través de créditos del PSA (EPA's).

“(…) nosotros habíamos hecho un proyecto para seguir caminando, era tener un principio de organizar la producción, tener unos cuantos que sean de huerta para que mantengan ahí, otros que sean criadores de chanchos y otros de pollos, ponedoras así, para que a la Feria nunca le falte, no?”. (Feriante del grupo Colonia Milagro, iniciales)

Otro elemento generador de conflicto entre grupos al momento de la comercialización, tenía que ver con la *calidad e higiene* de los productos. A pesar de haber contado con capacitaciones referentes a la preparación y presentación para lograr un producto con un cierto “estándar de calidad”, algunos feriantes no cumplían con las *normas* establecidas en los reglamentos¹⁶. Estas normas, fijadas en el seno de su propia organización, estaban orientadas a la “construcción de una imagen” de confiabilidad de la Feria para los consumidores presentes y potenciales, y respondía a un requerimiento de las autoridades municipales. La percepción generalizada de los feriantes era que aquel que no cumplía con estas normas, ‘*dejaba mal parados a todos*’. La sanción para quien no las respetara era el retiro del producto y la suspensión como feriante por tiempo variable según la gravedad del caso.

4. Formación de la Feria y transformación interna de la unidad doméstica

Tal como se expuso al comienzo del trabajo, la organización de la Feria y el ingreso a la misma suceden en un período en que bajaron mucho los precios de los productos de renta asociados generalmente a la pequeña y mediana producción: la yerba mate, el té o el tabaco. Estos cultivos se producen exclusivamente para el mercado, mientras que los productos destinados a la Feria son los mismos que ingresan en el proceso de consumo del grupo

16 - En el reglamento se definen las condiciones de producción, presentación y conservación de los pollos y gallinas (artículo 16), de los cerdos (artículo 17), la leche (artículo 18), la crema (artículo 19), el estado sanitario de los animales (artículo 20) y de las verduras (artículo 21).

doméstico. Este hecho incide en la lógica con la que se los produce. Así, la Feria Franca aparece en algunos relatos como una extensión y ampliación de la producción para el consumo, es en ese sentido que la reproducción del grupo doméstico emerge como el principio rector de la producción: los feriantes buscan atender primero a las necesidades de la familia y lo demás se vende. Lo que supera las necesidades de consumo, es decir, lo que supera lo producido para *el gasto familiar*, se realiza en el mercado y permite la adquisición de los alimentos y demás bienes que no produce el agricultor. Una de las feriantes entrevistadas nos explicaba que:

“ (...) a ella le va bien en la feria porque es ‘muy encaprichada’. Produce de todo. Desde que está en la feria empezó a producir más de todas las cosas para poder vender. Pero ella primero se asegura de la provisión de la casa y todo lo demás lo vende.” (Notas de campo; Ent_IW, 3)

Los bienes que se comercializan en la feria son, en buena medida, aquellos en cuyo proceso de producción interviene el trabajo de la mujer. Para comprender, pues, la incidencia de la Feria en la organización interna de la unidad de trabajo familiar se deben tener presentes las relaciones de trabajo. La posición de los integrantes del grupo doméstico está ligada a su posición respecto a las actividades que se realizan en la chacra y en la casa, y, a su vez, la inserción de cada miembro del grupo doméstico en esos espacios (de producción y de consumo) se relaciona con el género y el momento del ciclo de la vida. Mientras que el hombre aparece asociado al trabajo en la *chacra*, o también en el *roçado*, el trabajo de la mujer está centrado en la *casa*, la atención y cuidado de la huerta y la alimentación y cuidado de animales de granja. En torno a la casa se desarrollan los trabajos que atienden el consumo del grupo familiar, son las mujeres las que transforman los productos del *roçado* y de la huerta en alimentos consumibles, las que organizan el trabajo doméstico centrado en el cuidado de los niños menores, la limpieza del hogar, etc. Cabe aclarar, que el tipo de actividades que realiza la mujer está en relación con el momento del ciclo vital que atraviesa la familia. En los hogares nucleares en la fase de expansión es común, por ejemplo, que la mujer participe en todas

las actividades productivas junto al hombre.¹⁷ El hombre, a su vez, controla y define las estrategias productivas del año, es el responsable por la producción de la chacra, los cultivos de renta, organiza el equipo de trabajo familiar, representa a la explotación en el mercado y en las relaciones con el Estado. Las posiciones en el interior del grupo doméstico están determinadas por el lugar en la producción y por el control desigual que tienen sus integrantes sobre el proceso y sobre sus resultados económicos.

La producción para la feria viene a incorporarse en el sistema de relaciones de producción que caracteriza a la unidad doméstica y genera cambios en las posiciones de los integrantes de la familia. Lo primero que se observa es la intensificación del trabajo femenino y la alteración de sus ritmos de trabajo semanales. Se incorporan nuevas actividades productivas, se incrementa la producción y, con ello, el tiempo de trabajo de preparación de los productos para la Feria, pero también se agregan tiempos de reunión y participación en capacitaciones, entre otros.

E: El hecho de entrar a la feria, ¿cambió la forma de trabajar aquí en la chacra, la forma de organizarse...?

D: Mi marido no, pero yo sí, porque... al saber que uno va a entrar, a trabajar para la Feria, ahí ya uno mira para otros productos más. Por ejemplo, el zapallo, el zapallo tronquito, la cáscara de hierro... del montón de... pero, calidades de pepinos... pero eso, producía 60 Kg. de pepinos los miércoles y 60 Kg. de pepino los sábados y se vendía (Ent_DZ: 14).

Al dedicar más tiempo a la producción de la huerta se resienten otras actividades productivas en la chacra, pero también el trabajo en la esfera doméstica. A esto hace referencia el siguiente fragmento de una de nuestras entrevistas.

“(...) ella a la hora de hacer la huerta tuvo que empezar a atender la diversificación de la misma -además toda la producción demandaba mayor atención porque se hacía sin veneno y debía mantener la calidad, ser presentable- cuenta que los de su grupo se levantan a las 3, 3 y media, y a las

17 - La fase de expansión de la familia se extiende desde el casamiento hasta la completa formación de la familia. En esta etapa todos los hijos dependen de la pareja (Fortes, 1974).

cuatro y media están arriba del camión y ya se iban a San Vicente -dejaba la casa abandonada, 'despelotada', al mediodía venía de vuelta, el sábado se pierde el día, dice Dora- ella se encarga de la huerta, su marido 'en la chacra, nomás'." (Ent_DZ).

En otros casos es la familia toda, la que modifica sus tiempos de trabajo y se ve condicionada por la existencia de horarios y días de comercialización que imponen su ritmo a las demás actividades productivas. Las familias de los vendedores o vendedoras son las que ven más modificada su semana de trabajo.

"Cambia la forma de organizarse adentro de la casa. Hay horarios, (...) cambia por ejemplo dentro de la casa si es vendedor, ya se complica más, no?" (Ent_ER).

Se hacía... mermeladas, dulce, sí. Todo eso precisas tiempo para hacer. (...) pero para alguna familia que eran más... no es tan difícil... por ahí, bueno... cuando es menos gente ahí ya complica más. Porque la tarea era... el viernes hay que preparar, y el sábado hay que salir a vender. Y hay que organizar la producción para eso" (Ent_ER).

La feria demanda una inversión permanente de trabajo familiar, por eso los grupos familiares reducidos, o aquellos que se ven afectados por la enfermedad de alguno de sus trabajadores plenos terminan retirándose.

"La feria es para una familia grande" (Ent_ER: 11).

Cuando las mujeres empiezan a vender *lo que sobraba* de la producción de autoconsumo e intensifican la producción de alimentos para la venta, se inicia un proceso, más o menos rápido, de cambios en la economía de estas explotaciones. Al principio, los ingresos generados por la feria son percibidos como una *ayuda* a la reproducción del grupo doméstico, pero, con el incremento y la estabilización de las ventas, estos les permiten a los feriantes *mantener* el hogar.

"El se maneja con... y antes el me tenía que dar, cada tanto 200, 300 para mercadería, para luz, para la ropa. Ahora yo no le pido más a él por eso yo le digo a él 'vos tenés que estar re agradecido, porque yo mantengo la casa'. Sí. Mantengo, mantenía, antes AYUDABA, después empecé a mantener y ahora

inclusive, como digo, me estoy comprando los muebles. Estoy orgullosa de eso porque no comemos por 700, 800 pesos en el mes. Porque tenemos MUCHO de la chacra, hay de todo. Hay zapallo, hay choclo, tenemos lechón, criamos pollo para el gasto.” (Ent_IW, 11)

Los ingresos generados por la Feria permiten atender a las necesidades de consumo del grupo doméstico, ese dinero se destina a la compra de los bienes de consumo no producidos por la familia, a la adquisición de vestimentas, utensilios de cocina, y otros bienes vinculados a la esfera de la reproducción de la familia. Como vemos, la consolidación de la feria hace posible, *mantener la casa* tanto a través de la venta como por medio de la diversificación de la producción de autoconsumo y el aumento de la misma.

En contraposición, los ingresos que resultan de los cultivos tradicionales de renta parecen reinvertirse en la unidad productiva, en la adquisición de medios de producción o en la herencia de las hijas mujeres. Cuando describen estos usos, es el hombre el que aparece tomando las decisiones de inversión.

“E: Me decías que con la Feria cubría acá y con la del tabaco, por ejemplo, ¿qué se compra?

I: De yerba y té, el compra máquinas y compramos terreno, hicimos casa en el pueblo.

E: Lo que se saca de la yerba, el tabaco y lo demás, ¿es más para invertir en la producción?

M: Sí, la producción o para....

I: Ahora yo casi ni le saco plata

M: Ahora yo compré un terreno allá en el pueblo, hice una casa, de la yerba. Dos terrenos.

I: O sea, desde que mejoró. (...)

M: Yo en la chacra me compré una motosierra, guadaña así...” (Ent_IW, 11).

La participación en la FFSV y los ingresos económicos obtenidos, marcaron una serie de transformaciones en el interior del grupo doméstico. Como son las mujeres las que, mayoritariamente, asumieron el papel de vendedoras, las que *encabezaron* el trabajo en la Feria, y controlan los ingresos que genera,

fueron ocupando posiciones nuevas en las relaciones jerárquicas propias de la organización doméstica. Estas transformaciones, no sólo se asocian al control sobre los ingresos, sino también, a las nuevas relaciones que la mujer construye en el mercado y en la ejecución de los Proyectos de desarrollo, a los conocimientos que adquieren en el proceso de transformarse en *feriantes*, a su participación en la Comisión de la FFSV, en la Asociación Interferias de la provincia, a sus gestiones ante el municipio, etc. No en vano, los testimonios de algunas de ellas equiparan estos cambios con su *liberación*.

Referencias bibliográficas

- Chayanov, A. V. (1974), *La organización de la unidad económica campesina*, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.
- Gazolla, M. y Schneider, S. (2007), “A PRODUÇÃO DA AUTONOMIA: os “papéis” do autoconsumo na reprodução social dos agricultores familiares”, en *Revista Estudos Sociedade e Agricultura*, Río de Janeiro, (UFRRJ), v. 15, p. 89-122.
- Fortes, M. (1974), *O ciclo de desenvolvimento do grupo doméstico*. Cadernos de Antropología (6). Brasília: UNB..
- Godelier, M. (1974), *Racionalidad e irracionalidad en economía*. Siglo XXI Editores, México.
- Grisa, C. y Schneider, S. (2008), “Plantar pro gasto: a importância do autoconsumo entre famílias de agricultores do Rio Grande do Sul”, en *Revista de Economia e Sociologia Rural*. Rio de Janeiro, SOBER, Vol 46, nº 02, pp. 481-516.
- Heredia, B. M. A. (2003), *La morada de la vida. Trabajo familiar de pequeños productores del noreste de Brasil*, Editorial La Colmena, Buenos Aires.
- Otero, N., Perucca, C., Schwörer, L., Schiviavoni, G., (2006), *Estado, ONGs y productores: la organización de la lucha por la tierra, los grupos de mujeres y las ferias francas en Misiones*, Primeras Jornadas de Intercambio

y Discusión: el Desarrollo Rural en su perspectiva institucional y territorial, Bs. As.

- Perucca, C. (2001), *El Programa ProHuerta: Análisis de su implementación, funcionamiento de los grupos de base e incidencia en la alimentación de las familias en el Municipio de San Vicente, Pcia. de Misiones*". Tesis de Maestría.
- Schiavoni, G. (1995), *Colonos y Ocupantes. Parentesco, reciprocidad y diferenciación social en la frontera agraria de Misiones*, Editorial Universitaria, Universidad Nacional de Misiones. Posadas.
- Schvörer, L., (2003), *Etnografía de una Feria Franca. Estudio de un proyecto de desarrollo rural con productores familiares. Departamento El dorado, Misiones, Argentina*, Tesis de Maestría en Antropología Social, Programa de Posgrado en Antropología Social, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNaM.