

Los procesos de construcción colectiva de espacios de comercialización de agricultores familiares y artesanos en la región norte de Entre Ríos, Argentina

Daiana Pérez

Otra Economía, vol. 14, n. 25: 150-168, enero –junio 2021. ISSN 1851-4715

## Los procesos de construcción colectiva de espacios de comercialización de agricultores familiares y artesanos en la región norte de Entre Ríos, Argentina

Os processos de construção coletiva de espaços de comercialização para agricultores familiares e artesãos na região norte de Entre Rios, Argentina

The processes of collective construction of commercialization spaces for family farmers and artisans in the northern region of Entre Ríos, Argentina

**Daiana Pérez**\*

[daianaperez1984@gmail.com](mailto:daianaperez1984@gmail.com)

**Paula Roses**\*\*

[paulaandrearoses@hotmail.com](mailto:paulaandrearoses@hotmail.com)

**Salomé Vuarant**\*\*\*

[salomevuarant@gmail.com](mailto:salomevuarant@gmail.com)

---

**Resumen:** En estas páginas abordaremos las estrategias de comercialización que se construyen en los espacios públicos a partir de una perspectiva de análisis que comprende a las ferias francas y los mercados populares como estrategias de comercialización, socialización y visibilización llevadas adelante para y por aquellos sectores vinculados a la Economía Social y Solidaria (ESyS), que históricamente han estado en una situación de desigualdad en el mercado convencional. Analizaremos de esta forma las estrategias de comercialización como procesos colectivos e indagaremos las singularidades y continuidades de las experiencias que se desarrollan en las cabeceras departamentales de la región Norte de la provincia de Entre Ríos: La Paz, Feliciano y Federal. Para ello, recurriremos a una metodología cualitativa, a partir de la realización de entrevistas semi-estructuradas y observaciones participantes. A su vez, nuestro trabajo se divide en cinco momentos: en el primero planteamos el proceso de construcción metodológica, en el segundo realizamos un abordaje teórico a la temática, en una tercera instancia, presentamos una caracterización territorial de los departamentos de la provincia de Entre Ríos donde transcurren nuestros casos. En un cuarto momento, profundizamos sobre las tres experiencias de construcción colectiva escogidas, y por último, arribamos a las conclusiones que se desprenden del presente análisis.

**Palabras clave:** Economía social y solidaria, agricultura familiar, comercialización.

---

\* Becaria Doctoral del Instituto de Estudios Sociales (InES), Conicet-UNER. Paraná, Argentina.

\*\*Becaria Doctoral del Instituto de Estudios Sociales (InES), Conicet-UNER. Paraná, Argentina.

\*\*\*Becaria Doctoral del Instituto de Estudios Sociales (InES), Conicet-UNER. Paraná, Argentina.

**Resumo:** Nestas páginas, abordaremos as estratégias de comercialização que são construídas em espaços públicos a partir de uma perspectiva de análise que inclui feiras livres e mercados populares, como estratégias de comercialização, socialização e visibilidade realizadas para e pelos setores vinculados ao mercado da Economia Social e Solidária (ESyS) que historicamente estão em situação de desigualdade no mercado tradicional. Dessa forma, analisaremos as estratégias de comercialização como processos coletivos e investigaremos as singularidades e continuidades das experiências desenvolvidas nas capitais departamentais da região norte da província de Entre Ríos: La Paz, Feliciano e Federal. Para isso, recorreremos a uma metodologia qualitativa, baseada em entrevistas semiestruturadas e observações participantes. Nosso trabalho está dividido em cinco momentos: no primeiro, propomos o processo de construção metodológica, no segundo, fazemos uma abordagem teórica sobre o assunto, numa terceira, apresentamos uma caracterização territorial dos departamentos da província de Entre Ríos onde acontecem nossos casos. Num quarto momento, nos aprofundamos nas três experiências de construção coletivas escolhidas e, por fim, chegamos às conclusões que emergem desta análise.

**Palavras-chave:** Economía social e solidária, agricultura familiar, comercialização

**Abstract:** In these pages we will approach the marketing strategies that are built in public spaces from an analysis perspective that includes free fairs and popular markets as marketing, socialization and visibility strategies carried out for and by those sectors linked to the Social and Solidarity Economy (ESyS) that historically have been in a situations of inequality in the traditional market. In this way, we will analyze the marketing strategies as collective processes and we will investigate the singularities and continuities of the experiences that take place in the departmental capitals of the North region of the province of Entre Ríos: La Paz, Federal, Feliciano. To do this, we will resort to a qualitative methodology, based on semi-structured interviews and participant observations. In turn, our work is divided into five moments: in the first, we propose the methodological construction process, in the second, we carry out a theoretical approach to the subject, in a third instance, we present a territorial characterization of the departments of the province from Entre Ríos where our cases take place. In a fourth moment, we delve into the three experiences of collective construction chosen, and finally, we arrive at the conclusions that emerge from this analysis.

**Key words:** Social and solidarity economy, family farming, marketing.

---

## Introducción

Las ferias y mercados se han constituido en una alternativa de comercialización, socialización y visibilización para aquellos sectores que históricamente han tenido problemáticas de inserción en los mercados convencionales. Son espacios sociales donde se producen intercambios de bienes – materiales y simbólicos– y se construye comunidad, es decir, se generan relaciones sociales específicas que van tejiendo el entramado social. Estos pueden comprenderse en el marco de los denominados circuitos cortos de comercialización (CCC), que son formas de comercialización que contienen uno o ningún intermediario entre productor y consumidor. Si bien, las ferias y las ventas directas en las fincas han existido siempre, siguiendo a Ferrer *et al.*, (2020) los CCC son una tendencia reciente en América Latina.

En sintonía con esta afirmación, destacamos que según la Cepal (2014) en Ferrer *et al.*, (2020), los circuitos cortos de comercialización en América Latina y el Caribe son procesos emergentes que se expresan a través de la creación de espacios en diversos formatos: bioferias (Perú), ferias urbanas (Cuba), ferias libres (Chile), mercados locales ecológicos y orgánicos (Loja y Cuenca, en Ecuador; Jalisco y Xalapa en México), entre otros. Por su parte, en nuestro país las ferias han sido la forma predominante. Según uno de los primeros relevamientos realizados por Golsberg y Dumrauf (2010), existían 144 ferias francas en todo el país. La mayoría se encontraba en Misiones, donde se inicia en

1995 en Oberá la primera experiencia. En ese relevamiento sólo aparecen sistematizadas cuatro experiencias entrerrianas: una en el departamento Gualeguaychú, otra en Concordia y del norte específicamente aparece una feria en la localidad de San Gustavo, y otra feria franca de la ciudad de La Paz, estas dos últimas pertenecientes al departamento homónimo y germen de la actual feria zonal que aquí estudiamos.

En el caso de los CCC en el norte de Entre Ríos, surgen las ferias en la década de los '90, aunque no hay estudios específicos sobre ellas. Antecedentes de este trabajo, los podemos encontrar en los estudios (Buck *et al*, 2012) que indagan en el surgimiento y desarrollo de las Ferias Francas como la de San Vicente en Misiones y que luego se han ido ampliando hacia otras zonas del país, y países vecinos como Brasil y Uruguay. Craviotti y Wilches (2015) analizan de forma comparada las experiencias de circuitos cortos frutihortícolas de San Pedro –Buenos Aires– y hortícolas en Crespo –Entre Ríos–.

Schiavoni (2014) analizó la relación de los pequeños productores con el mercado, al describir dos formatos de comercialización de alimentos de la agricultura familiar en Misiones, las ferias y los mercados. Según la autora las ferias francas o mercados locales “constituyen un formato de comercialización enmarcado en la economía social que se difunde rápidamente en Misiones a partir de 1995, irradiándose hacia otras regiones del país” (Schiavoni, 2014: 336). De hecho las ferias que la autora indaga, para describir el uso de lazos familiares y el empleo de términos de parentesco en organizaciones de pequeños productores, fueron referencia y ejemplos directos de los casos aquí analizados.

Otro antecedente es el estudio realizado a partir de la experiencia de la Feria de Villa Río Hondo en Santiago del Estero por Paz *et al* (2013). Allí los autores se propusieron estudiar las lógicas de aquellos sistemas de comercialización que revalorizan los estilos de vida de la agricultura familiar y las formas de producción. En su indagación se recupera el proceso que se desarrolla al construir un ingreso alternativo mediante un circuito corto de comercialización y se sostiene que: “las ferias de la Agricultura Familiar son lugares que poseen una función que va más allá de lo económico ya que constituyen un espacio público donde se (re) construyen las identidades y memorias de los productores” (Paz *et al.*, 2013: 53).

Según Fingermann (2017: 36) “la feria, además de ser un lugar de encuentro, permite a la familia el esparcimiento, un salir de la rutina del campo”, abonando a una línea argumentativa que nos permite coincidir en la importancia de los espacios alternativos de comercialización de la Economía Social y Solidaria (ESyS) como lugares donde no sólo se reproduce el capital sino también la comunidad. En su estudio sobre las representaciones de los productores/feriantes de la Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra, que funciona en la Universidad Nacional de La Plata da cuenta de la mirada de los propios protagonistas en la construcción de ese espacio.

A partir de esta reconstrucción concluimos que hay una vacancia de estudios relacionados a los CCC en la provincia; en 2010 se relevaron cuatro experiencias y estudios analíticos: sólo fueron hallados los de Craviotti y Wilches (2015) referido a casos concretos y no sólo vinculados a la agricultura familiar. Por ello, los objetivos de este trabajo son: por un lado, caracterizar y reconstruir las ferias de la ESyS en la ciudad de La Paz y Federal y el mercado popular en Feliciano; y por el otro, analizar los procesos de identificación subjetiva de los artesanos y productores familiares, en el marco de las CCC en la región norte de Entre Ríos.

A partir de estas coordenadas el artículo, se dividirá en cuatro partes: una primera para profundizar en la construcción metodológica, una segunda parte donde se realiza un encuadre teórico para el abordaje de la temática, una tercera en la que se presenta una caracterización territorial de los departamentos elegidos y una cuarta sección donde se profundiza en las tres experiencias de construcción colectiva seleccionadas para concluir luego con las reflexiones finales.

## 1. Construcción metodológica

El presente escrito es parte de un trabajo más amplio enmarcado y financiado por el Proyecto de Investigación y Desarrollo: “Las políticas en el espacio social rural del norte entrerriano durante los últimos cuarenta años (1978- 2018)” perteneciente a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de Entre Ríos (Argentina). A su vez, se origina en las indagaciones de nuestras tesis doctorales en construcción que problematizan el campo de la ESyS y de la agricultura familiar.<sup>1</sup>

En nuestro análisis situamos las experiencias colectivas de comercialización en el espacio de la ESyS, en el cual, siguiendo a Horbath y Gracia (2014: 3) “confluyen una multiplicidad de propuestas teórico-conceptuales y de experiencias concretas que se retroalimentan mutuamente de diversas maneras y con distintos grados de sinergias”.

A nivel teórico-metodológico, para analizar las ferias y mercados populares del norte entrerriano, retomamos a Coraggio (2008:83), cuando distingue entre un nivel macro, micro y mesoeconómico para analizar la sostenibilidad de los emprendimientos de la Economía Social; ya que como la misma tiene como objetivo la reproducción ampliada de la vida y no la del capital, su viabilidad debe pensarse desde otros parámetros.

En efecto, para alcanzar los objetivos de nuestro trabajo nos centraremos principalmente en dos ejes de trabajo micro y meso, sin descuidar aquellos elementos del nivel macro que permiten tener una visión más integral de los CCC. Por un lado, analizaremos de forma transversal el nivel micro, las principales características de producción de los feriantes y de aquellos que integran los mercados populares. Por otro lado, nos enfocaremos en el nivel meso, interrogándonos sobre el origen y desarrollo de las ferias y el mercado popular, así como en el trabajo colectivo, en sus principales desafíos y limitantes, haciendo hincapié en los procesos socio organizativos y las estrategias de reproducción social. Hacia el final del trabajo, recuperaremos también el nivel macro de análisis, para profundizar en los debates acerca de los CCC y la soberanía alimentaria, que se entrecruzan con el análisis de las ferias y mercados populares.

Siguiendo a Coraggio (2008), en el nivel micro se encuentran los micro-emprendimientos mercantiles organizados a base de relaciones familiares o asociaciones libres entre individuos, encadenamientos funcionales, unidades domésticas y asociaciones voluntarias colectivas, y en el nivel mesoeconómico incluye, por un lado, a las comunidades étnicas, y por el otro a las asociaciones libres y prácticas complementarias en base a la cooperación para la resolución de necesidades compartidas (Coraggio, 2015: 9)

Además, en cada nivel se corresponden distintos alcances, en el primero, la solidaridad puede ser solo a nivel intra, afectando principalmente a la organización, a las relaciones internas y su contexto, y en el segundo, la solidaridad puede ser ad-extra al configurar grupos que tengan vinculaciones funcionales y/o moralmente (CFR. Coraggio, 2015: 8-9)

También recuperamos el trabajo de Caballero *et al.* (2011), quienes introducen para el nivel micro, posibles entradas analíticas a la temática que apuntan a captar la complejidad de los procesos socio-económicos, y proponen problematizar cómo se organizan los vínculos insumo-producto, por ejemplo, ver si hay acuerdos colectivos que inciden en cómo se organiza la reproducción de la unidad doméstica, o la administración de los fondos de trabajo, o si priman criterios de supervivencia en el mercado de tipo individual o colectivo (Caballero *et al.*, 2011: 20 y 21).

---

<sup>1</sup> Daiana Perez y Salomé Vuarant son doctorandas en el Doctorado de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER). Por su parte, Paula Rosés es doctoranda en el Doctorado de Ciencia Política de la Universidad Nacional de Rosario (UNR).

Asimismo, los autores distinguen un nivel meso de análisis de las experiencias (espacio local, las redes y circuitos), donde se integran distintos actores y aspectos sociales, económicos y políticos que nos permiten comprender diversos factores de la sostenibilidad, ya que se trata de un espacio en el que se pueden institucionalizar las estrategias cooperativas y redes de solidaridad orgánica. A la hora de observar las relaciones insumo-producto, caben contemplarse las compras comunitarias de insumos, procesos asociativos al momento de la comercialización, la gestión colectiva del espacio e infraestructuras, y también los tipos de vínculos que prevalecen, ya sean, de tensión y/o conflicto, de solidaridad y/o cooperación, de asistencia estatal, etc. (Caballero *et al.* 2011: 20 y 21).

Por último, para el nivel macro de análisis, que retomaremos hacia el final del trabajo, Caballero *et al.* (2011) contempla la producción de bienes públicos, seguridad social por ayuda mutua, defensa de intereses compartidos, autogestión en educación, salud, vivienda, producción y cultura, a través de la disputa en el plano jurídico, proponiendo nuevos modos de institucionalizar las relaciones económicas (Caballero *et al.* 2011:22).

El trabajo se realizó a través de un abordaje cualitativo, a partir de la utilización de entrevistas semi-estructuradas, entrevistas etnográficas, y la observación participante y no participante, siguiendo el criterio que “la investigación cualitativa se construye ‘desde dentro’, tratando de recuperar los sentidos que los sujetos otorgan a sus acciones en los distintos contextos, en la vida cotidiana, describiendo qué sienten, piensan, expresan, valoran en la interacción social” (Bolaña 2006: 202).

## **2. Una aproximación conceptual desde la perspectiva de ESyS a los espacios de feria y comercialización**

Partimos entonces de una concepción transformadora de la ESyS, pues como sostiene Coraggio (2008:37) la misma no apunta a reproducir las bases estructurales de una sociedad ya existente sino de generar una propuesta de acción transformadora que desde las bases actuales de una economía mixta se oriente hacia la construcción de otra economía, otro sistema socioeconómico, organizado por el principio de reproducción ampliada de la vida y no por el de la acumulación del capital. De tal modo se promueve la solidaridad y reciprocidad entre los miembros que forman parte de esas iniciativas y que establecen entre sí relaciones de cooperación (Laville & Gaiger, 2016: 170). Es decir que la propuesta de ESyS que retomamos se orienta bajo los criterios de una economía sustantiva (reciprocidad, redistribución, intercambio, autoconsumo) según Polanyi (2007).

Al ser las y los agricultores familiares y artesanos y artesanas de la región analizada, los protagonistas de los espacios de comercialización alternativos, cabe destacar ciertos debates que van de la mano de la categoría de agricultura familiar. Su uso se ha ampliado en la última década y presenta múltiples connotaciones sociales, económicas, políticas. Entendemos que dicho debate se encuentra abierto y no saldado, y a tal efecto pretendemos aportar al mismo a partir de reconocer las particularidades que asume su construcción identitaria en las zonas semi-rurales del norte entrerriano. Asimismo, creemos que dicho análisis orienta al diseño y evaluación de las políticas, pues el modo que el Estado responda a la pregunta de quiénes son los agricultores familiares en cada espacio social, es lo que traza una línea de acción en los procesos de gestión local y en las políticas.

Para Schiavoni (2010:43) la Agricultura Familiar en Argentina es una categoría en construcción. Su definición y alcances responden a los procesos de negociaciones en los que intervienen científicos, actores sociales, técnicos, administradores de las políticas y también las organizaciones agrarias. El uso de dicha denominación, es acuñada en primera instancia por científicos sociales europeos (especialmente al observar las transformaciones rurales en Francia) y luego es adoptada por sindicatos y organizaciones sociales y rurales en Brasil. La noción comienza a circular con fines prácticos en el discurso de las políticas públicas a partir de dos acontecimientos destacados a nivel regional, la Mesa Nacional de Organizaciones de productores familiares (1994) y la Reunión Especializada sobre

Agricultura Familiar del Mercosur (2004). Asimismo, considera que la necesidad de un encuadre estatal de la Agricultura Familiar se da en un contexto de crisis de las formas generales del Estado y de las políticas públicas de alcance universalista (Schiavoni, 2010:43).

El profesor brasileño Mançano Fernandes (2014) analiza cómo la producción teórica del campesinado y agricultura familiar está influenciada por ciertas políticas de desarrollo rural y resalta el carácter reciente del concepto de agricultura familiar en los planteamientos de las políticas públicas pero manifiesta que en definitiva el sujeto social histórico que problematizan continúa siendo el mismo.

Feito (2014: 141) caracteriza a la agricultura familiar como un tipo de producción en la cual “la unidad doméstica y la unidad productiva están físicamente integradas, la agricultura es la principal ocupación y fuente de ingresos del grupo familiar y el mismo aporta la fracción predominante de la fuerza de trabajo”. Además, sostiene que la racionalidad del productor familiar es muy diferente a la racionalidad empresarial ya que su finalidad es satisfacer la reproducción ampliada de las familias. Por otro lado, cabe destacar que la heterogeneidad de sujetos que componen el universo de la agricultura familiar en Argentina quedaron enunciados en el artículo 5 de la ley 27.118 por la cual se integran pequeños productores, minifundistas, campesinos, chacareros, colonos, medieros, pescadores artesanales, productor familiar y, también los campesinos y productores rurales sin tierra, los productores periurbanos y las comunidades de pueblos originarios. Dicha ley fue sancionada en el año 2014 aunque la misma no llegó a reglamentarse y quedó carente de presupuesto.

Nogueira y Urcola (2019) reflexionan acerca del rol de los técnicos que trabajan en las temáticas del desarrollo rural y agricultura familiar desde el nuevo contexto inaugurado en 2004 en adelante, y sostienen que para estos, los agricultores familiares se constituyeron en sujetos de derecho en sentido amplio del término, no sólo poniendo la atención en los procesos de intercambio mercantil, sino también otorgándole importancia al mundo cultural y a las relaciones que las comprendía. De ello se desprende la relevancia de los técnicos como cara visible de las políticas y del Estado: “La naturaleza del vínculo “cara a cara” entre los agentes territoriales del Estado con los ciudadanos es fundamental para la definición de lo que O’Donnell ha denominado como “un estado amigo”” (Nogueira y Urcola, 2019: 10), siendo a menudo estas instancias asociativas fuertemente valoradas desde la perspectiva de los participantes como experiencias de vida.

La problemática de la comercialización ha sido identificada históricamente como un “cuello de botella” para los sujetos de la ESyS, y es por eso que a través de ferias y mercados se apunta a colocar la producción local proveniente de familias agricultoras. Estos espacios se caracterizan por acortar las distancias o los encadenamientos, entre la producción y el consumo, constituyéndose en lo que se denomina CCC.

La Cepal define a los circuitos cortos o de proximidad como una forma de acercar al productor y consumidor, reduciendo o eliminando los intermediarios. Especialmente utilizada en productos frescos o de temporada que fomentan el trato humano y que reduce el impacto ambiental, al no realizar largas distancias (CEPAL, 2014: 7). Otros autores resaltan cómo característica la disminución de la distancia social y cultural, a través de los valores y confianza sobre las características de los alimentos que circulan (ecológicos, sanos, locales, etc.) y por el compromiso de los consumidores en el sostenimiento de las experiencias (Soler Montiel y Calle Collado, 2010; González Calo, De Haro, Ramos y Renting, 2012). A su vez, tanto la Cepal (2014) como Craviotti y Wilches (2015: s/p) afirman que es “necesario reforzar la investigación sobre estos canales, de modo que se logre –además de identificar, caracterizar y difundir las diversas modalidades existentes– establecer los obstáculos que han enfrentado, las estrategias que se han utilizado para superar las dificultades y el impacto en las explotaciones familiares”.

Mance (2001: 16) plantea la potencialidad que aporta a dichos procesos el concepto de “redes”, entendiéndolo como una construcción simple, basada en la articulación y conexión entre diversas

unidades, que se fortalecen recíprocamente, permitiéndoles expandirse y equilibrarse mutuamente a través de diversos flujos. Además el autor problematiza acerca de la sociedad de consumo, y distingue entre un tipo de consumo alienante y compulsivo por un lado; distinto de un tipo de consumo que se orienta hacia un buen vivir o en el que prevalecen principios solidarios, es decir, un consumo solidario.

El consumo es una exigencia para la reproducción de cada ser vivo en particular. Sin consumo la vida de cualquier ser se agota, se muere. En el caso de la vida humana, el consumo no sólo busca satisfacer las necesidades naturales y biológicas, sino también, las necesidades culturales, producto de la forma misma de vivir de las sociedades. Además de ello, también consumimos para satisfacer deseos, calmar miedos, llenar ansiedades, sentirse especial. Podríamos destacar primeramente tres prácticas de consumo: el consumo alienante, el consumo compulsivo y el consumo como mediación del bien-vivir, para después explicar, en particular, el consumo solidario (Mance, 2001: 17).

A los fines de este trabajo, nos queremos detener en especial en el tipo de consumo solidario que es el que se promueve en el marco de un sistema de producción, distribución y consumo orientado bajo una perspectiva teórica y empírica de la ESyS. En efecto, no sólo da cuenta de una selección de lo que consumimos considerando un vivir-bien personal sino que también es un modo de contemplar un vivir-bien colectivo, y ello sucede, cuando se reconoce ineludiblemente el impacto que el consumo de una determinada cadena de producción genera sobre un ecosistema y sobre la sociedad en general (Mance, 2001: 21).

Por último, a la hora de analizar una construcción social y simbólica del espacio donde suceden los encuentros de ferias y comercialización, cabe destacar como sostiene Coraggio (1987) que los procesos sociales tienen una espacialidad que aparece como resultante de formas sociales y por consiguiente no es posible considerarla como algo natural, ahistórico o previo a lo social; de este modo, hay que analizar que la construcción del espacio está dada por las prácticas materiales de reproducción social, que varían según los procesos históricos y sus configuraciones geográficas. Bourdieu (2007), por su parte, nos aporta a pensar la dimensión simbólica de los encuentros sociales que suceden en los espacios de las ferias y comercialización solidaria, y también en los modos de crear lazos, vínculos, u otros modos de relacionamientos entre los sujetos sociales que allí habitan y circulan. La dimensión simbólica, siguiendo a Bourdieu, arroja una comprensión de las disputas de sentido, de un modo de funcionamiento de lo social, de una legitimación de autoridad; es un efecto de creencia que supone la atribución de un valor, del conocimiento o reconocimiento de un capital social o cultural (Fernández, 2009: 6)

### **3. Caracterización territorial de Feliciano, La Paz, y Federal.**

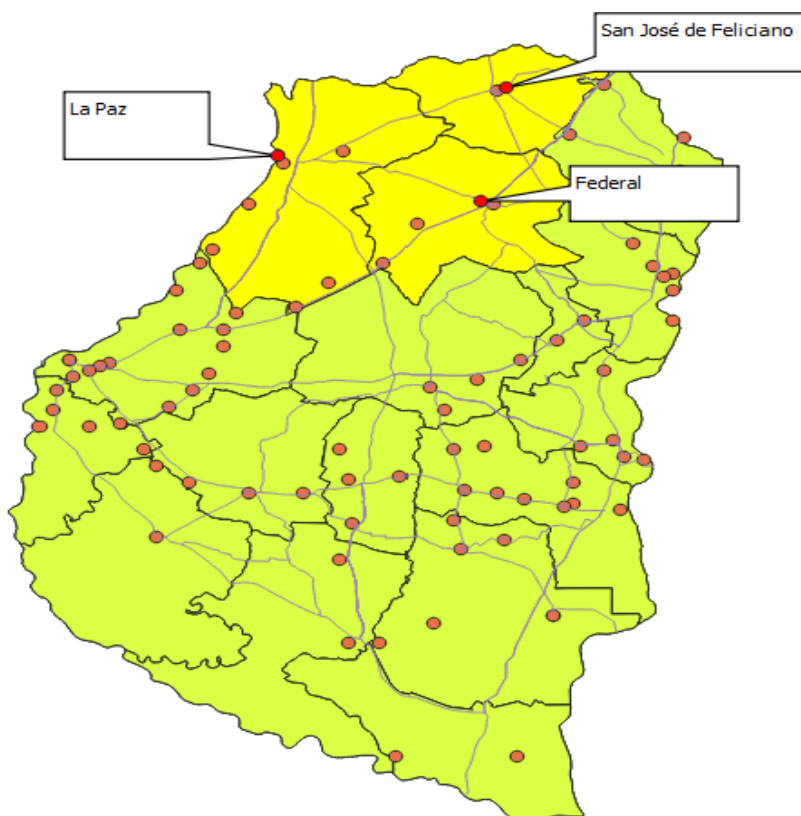
Según García (2008) en un estudio realizado por Tsakoumagkos, Soverna y Craviotti (2000) se propone una regionalización de Entre Ríos a partir de la combinación de tres criterios: geográfico, agroproductivo y jurisdiccional. Los departamentos<sup>2</sup> que analizamos pertenecen a la región centro norte, donde se observa una mayor diversidad de actividades agropecuarias y una estructura agraria caracterizada por la coexistencia de unidades familiares y grandes explotaciones. Asimismo, se

---

<sup>2</sup> La provincia de Entre Ríos se encuentra dividida territorialmente en 17 departamentos. Los mismos son límites jurisdiccionales que permiten la descentralización de la administración provincial y operan como distrito electoral.

caracteriza por una mayor presencia de “pequeños productores y trabajadores rurales con escasa inserción en el mercado” (García, 2008: 6)

**Mapa de la región estudiada (centro norte de la provincia de E. Ríos)**



En ese sentido, este territorio también se distingue por presentar un promedio de población rural mayor. Según Pettiti *et al* (2018):

Hacia 2010, la población rural en el norte superaba ampliamente el promedio provincial (14.3%). En La Paz representaba un 22%, del cual dos tercios se encontraba agrupada. La población rural en Federal era de un 27%, estando solo un 30% agrupada. Feliciano contaba con un 32%; con la excepción de Islas del Ibicuy (62.6%) se trata del mayor porcentaje de población rural de la provincia, la cual se encuentra dispersa en un 93%. (Censo Nacional de Población y Vivienda 1960 y Censo Nacional de Población y Vivienda, 2010: 80)

Las localidades de San José de Feliciano, La Paz y Federal, son las ciudades cabeceras de departamentos homónimos, y se encuentran ubicadas en el centro norte de la provincia de Entre Ríos.

En Feliciano, es predominante la producción ganadera, destacándose la bovina y en menor medida la ovina. Conforme un documento público de la Municipalidad de San José de Feliciano (2016: 57), en los últimos años, se viene trabajando para que no sea solo una ciudad de paso y pueda construirse como atractivo turístico rural a partir de la belleza distintiva de su flora y fauna, y a través de buscar



una conexión con los corredores turísticos del Paraná y Uruguay. En este sentido, han trabajado en el fortalecimiento los carnavales felicianenses y la fiesta anual del ternero

En La Paz, el Puerto de carga y descarga a orillas del río Paraná representa actualmente –y aún en funcionamiento– un emblema histórico, y la ciudad mantiene además, una impronta edilicia colonial que se visualiza en el recorrido de sus calles. A diferencia de Federal y Feliciano, en La Paz, se observan mayores comercios de confección textil, productos regionales y locales gastronómicos.

Por su parte, el departamento Federal, tiene un menor desarrollo comercial y turístico, siendo el principal evento la tradicional Fiesta Nacional del Chamamé y cuenta con una pequeña infraestructura hotelera. Se caracteriza por ser el segundo departamento en la producción vacuna de la provincia, según los datos proporcionados por el Anuario Estadístico de Entre Ríos del año 2014 y a su vez, junto a la producción ovina, son sus principales actividades.

Es una región asentada sobre la distintiva Selva de Montiel, y que en el ejido de la ciudad, conocido como Colonia Federal, se conserva una amplia superficie de monte nativo y natural, se caracteriza por ser una zona con amplias tierras subdivididas en pequeñas parcelas familiares –que ocupan casi 6000 hectáreas–, y a su vez, en el departamento se dan amplias concentraciones de tierra en pocos propietarios –más de 270.000 hectáreas–, de las cuales se encuentran 46.220 hectáreas ocupadas por la agricultura, de los cuales predomina la soja (63%), el arroz (13%) y el trigo (7%) (CFR. Engel *et al.*, 2008).

Los estudios e informes técnicos elaborados por el INTA y por el Proyecto de Desarrollo para Pequeños Productores Agropecuarios (PROINDER) destacan que es una “frustración del desarrollo”, “el escaso desarrollo del mercadeo y de redes de comercialización para la audiencia de pequeños productores minifundistas” (Viscay 2004: 16). En ese sentido, la región norte según García (2008) se caracteriza por una mayor presencia de pequeños productores y trabajadores rurales con escasa inserción en el mercado. Efectivamente los ejidos de las principales cabeceras departamentales del norte de Entre Ríos se caracterizan por la presencia de agricultores familiares donde predominan economías de reproducción. “La principal fuente de trabajo en el área urbana es la administración pública, siendo el 60% de los empleos generados por ese rubro, mientras que los restantes están vinculados fundamentalmente a la actividad pecuaria y rural en general” (Truffer, 2008: 156).

#### **4. Análisis de experiencias de construcción colectiva en el norte entrerriano en el marco de la ESyS**

##### **a. La Paz**

Al indagar en las estrategias de comercialización de agricultores/as y artesanos/as que residen en ciudad de La Paz, debemos reconstruir la conformación histórica de dos espacios sociales claves a nivel de comercialización: por un lado, la historia del centro de artesanos de La Paz, y por otro lado, el surgimiento de la Feria zonal de agricultores/as, la cual puede analizarse como una propagación de las Ferias Francas.

El centro de artesanos comenzó en 1985 a partir de que el director de la comisión municipal de cultura, Mario Rasponi, conoció artesanos de la zona de San Gustavo, Feliciano, quienes hacían hilados y artesanías, pero no sabían cómo colocar sus productos en el mercado local. En ese momento, ampliaron el Museo histórico de la ciudad, y allí se firmó un convenio con la Municipalidad para empezar con el centro de artesanos.

Dicho espacio está constituido como asociación civil, cuenta con un número estimado de 300 asociados que contribuyen con una cuota mensual para el mantenimiento de las instalaciones. Reúne a artesanos locales de La Paz, y de pueblos y colonias aledañas, sus productos son originales con

recursos obtenidos de la zona: palma, cueros, lanas. La Paz es una ciudad destacada en la provincia por su producción artesanal.

Al mismo tiempo, la ciudad cuenta con una Feria zonal de comercialización de productos alimenticios, en el cual se ofertan productos panificados, repostería, miel, verduras frescas y agroecológicas, que se realiza semanalmente los días sábados. El espacio se promovió por una Mesa de gestión local de la que han participado distintos técnicos estatales y del Municipio, y que se ha ido trasladando de lugar según las circunstancias, ya que su locación ha sido motivo de conflictos y acuerdos colectivos entre los distintos actores sociales que forman parte de la experiencia.

La Mesa de gestión local surge a partir del trabajo realizado en forma conjunta con diversas instituciones a partir del denominado “Sistema Comercial Integrado para la familia agraria y otros Emprendedores Rurales en el Territorio Comprendido por las Rutas Nacionales Número 127 y 12”. (Actualmente se autodenominan Red 127/12). Se trata de una experiencia de articulación entre instituciones públicas y privadas para generar estrategias y contribuir al desarrollo de productores y emprendedores. En el territorio de La Paz, la mesa de trabajo conjunto que se genera para trabajar las problemáticas de los productores es un espacio en el que convergen diversos actores, principalmente motorizado por los técnicos de la Secretaría de Agricultura Familiar (SAF) y es integrada por representantes del municipio de La Paz, San Gustavo, INTA, los centros de Artesanos de La Paz y San Gustavo y algunas cooperativas de la zona.

Al principio se realizaba en la rotonda de la salida de la ciudad, punto en el que se cruzan las rutas N° 12 y N° 1. Pasado un tiempo, observándose algunas dificultades para vender en esta zona se decide trasladar el punto de venta a la plaza central, donde resultaba más fácil trasladarse con los tabloneros de la Municipalidad, y se fue instalando como una referencia para el mercado local. Recientemente, y tras la puesta en valor de un viejo mercado, se trasladó la feria a este sitio en el que cuentan con una infraestructura mayor a disposición de los feriantes (techo para repararse del frío y lluvias, cocina instalada, heladeras, baños) y se encuentra a solo dos cuadras de la Plaza principal, por lo cual, no altera su llegada al público.

El desarrollo de este espacio ha generado un punto de fricción a nivel local, en el sentido de que si bien algunos feriantes y productores lo han visto rápidamente como una posibilidad para aumentar y diversificar sus ventas, en otros espacios, tal como entre algunos miembros del Centro de artesanos, ha generado algunas resistencias a lo “nuevo”, y muchos de estos no han querido sumarse.

Además, hay artesanas, que participan tanto del Centro de artesanos y de la Feria zonal, como el caso de la integrante del centro, que oferta por un lado sus canastos elaborados en palma como artesanías, mientras que en la feria zonal ofrece productos panificados. O el caso de otra feriante, que vende dulces artesanales en ambos espacios; o la situación de otra participante histórica, quien confecciona muñecos y objetos para el hogar a partir de técnicas de reciclado.

A la participación y organización de estas ferias, se han unido como feriantes los técnicos de la Secretaría de Agricultura Familiar al ser desvinculados de sus puestos de trabajo, y continúan acompañando semanalmente la organización de cada Feria zonal, en este sentido es importante destacar los vínculos que se construyen entre el “Estado-Amigo”, es decir, los técnicos que son parte de los procesos de construcción de feria, y que a partir de los cambios en la Secretaría, redefinen sus roles y siguen siendo parte de la experiencia.

## **b. Federal**

Federal cuenta sólo con un espacio de feria permanente denominada "Feria de la producción local" y algunas organizadas de forma esporádica por la asociación del centro de artesanos "El Hornero", quien tiene una amplia trayectoria de trabajo. Según información proporcionada por sus integrantes, la asociación cumple un papel importante para los artesanos de la zona; la comisión directiva se reúne de forma periódica y activa. La organización establece dentro de las obligaciones la contribución de una

cuota mensual, e indican que los productores pueden comercializar solamente un tipo o línea de producto. Sus miembros realizan trabajos en madera, producen cuchillos, mates, lana, hilado y algunas elaboran panificados.

La feria de producción local está habilitada por medio de una ordenanza municipal, pero no se han constituido en términos jurídicos como asociación u organización. El acercamiento a las actividades productivas de sus integrantes se produjo a partir del trabajo territorial que realizó el Programa Social Agropecuario (PSA) en la zona, quienes a través de la impronta de la coordinación a nivel nacional y provincial, incentivaron el aumento de la producción para el autoconsumo con el objetivo de generar excedentes y comercializar. El acompañamiento del técnico asignado en la zona fue muy importante en la etapa inicial, y actualmente, desde su institución de trabajo actual, el INTA, continúa con su labor y aproxima a las feriantes a las diferentes políticas públicas.

El espacio de la feria actualmente está constituido por cinco mujeres agricultoras familiares que asisten de forma permanente y dan apertura a los puestos los sábados, mientras que una de las feriantes también abre los miércoles. Si bien, el espacio está abierto a la incorporación de personas, su ingreso implica un compromiso en garantizar la constancia y perdurabilidad, lo que a su vez implica un volumen regular en la producción, y asimismo, exigencias en la presentación, por ejemplo: las verduras se presentan limpias, cortadas y empaquetadas. Por otro lado, desde el municipio se requiere que los precios sean inferiores a los de los comercios, ya que de los costos de los impuestos y servicios se hacen cargo las instituciones estatales.

Las producciones son definidas por ellas mismas como "naturales", no recurren al término agroecológico, pero utilizan formas de siembra y de control de plagas sin químicos que llevan un trabajo continuo y un control constante de la producción. En los términos de las propias feriantes:

Lo único que le echo en épocas de sequías es el ajo, para fumigar. Pero es un laburo porque al no ponerle nada a la tierra tenés que estar siempre, regándole. Es mucho más laburo y es mejor calidad de verduras. Porque esto lo llevas y te dura en la heladera. Los otros no te duran nada. Los mismos clientes te dicen, hay gente que viene a buscar verduras para llevar a Buenos Aires. Siempre vienen a buscar, porque esto les dura muchos días, es más puro. Nunca se han quejado los clientes. (Laura, feriante de Federal, Comunicación Personal, 8 de diciembre de 2018).<sup>3</sup>

La feria de producción local comenzó a funcionar hace 16 años, actualmente es un espacio que se encuentra reconocido y apropiado por los lugareños. No obstante, los comienzos de dicha experiencia fueron difíciles para sus integrantes, por diversos motivos. Entre ellos destacamos que el lugar asignado para el desarrollo de la feria no está ubicado en un lugar estratégico de la ciudad, sino por el contrario, es periférico, al lado de los andenes del antiguo ferrocarril; espacios públicos que quedaron semi-abandonados, algunos se utilizan como depósitos, pero otros se encuentran en desuso. Si bien el lugar es amplio e incluso tiene una playa de estacionamiento, queda alejado de las principales áreas comerciales de la localidad.

Sin embargo, a lo largo de los años se ha podido imponer la feria en la comunidad por sus características particulares: productos frescos recién cosechados, sanos, sin químicos y con una presentación específica que apunta a un cliente peculiar (aquel que esté disconforme con la mercadería que se trae de otras localidades o provincias y preocupado por un consumo de alimentos más saludables).

---

<sup>3</sup> En nuestro trabajo utilizamos nombres ficticios para preservar la identidad de los entrevistados que tanto han contribuido al desarrollo de nuestro trabajo.

Instalar la feria en la sociedad fue un trabajo arduo, ya que había poca confianza de parte de los agentes estatales locales de que la feria duraría en el tiempo y sería algo apropiado para la localidad, el principal apoyo fue del equipo técnico del Programa Social Agropecuario (PSA), que las conocía personalmente y generaban un amplio trabajo en conjunto.

Cómo se reconstruye a partir de los relatos de las feriantes, al comienzo, no sentían el apoyo de las instituciones locales; incluso muchos comerciantes de la zona temían que les perjudicara su potencial de ventas. Pero los resultados fueron diferentes: las feriantes aprovecharon sus ganancias y las transformaron en recursos que se quedaban en el circuito comercial local, y en ocasiones compran insumos que necesitaban a los comerciantes. Y la experiencia tuvo un gran impacto en la sociedad, porque se constituyó como la primera y única feria fija que se instaló en Federal.

Actualmente, el espacio de comercialización se encuentra equipado: tienen un lugar exclusivo para su funcionamiento y a través de la presentación de diversos proyectos y la obtención de recursos pudieron acondicionar el espacio. En un primer momento consiguieron el local que está al lado de la antigua estación del ferrocarril y tenía pisos de material y con el tiempo fueron consiguiendo hacer remodelaciones. Inicialmente tenían cajones de madera, luego pudieron comprar cajones de material plástico que son lavables y por ende más higiénicos. Las feriantes se encargan de mantener la limpieza del lugar, realizan un esfuerzo para poder distinguirse de otras ferias por su prolijidad e higiene. Luego de siete años de funcionamiento constante, obtuvieron la primera heladera, con el proyecto interinstitucional Red 127/12, luego generaron un nuevo proyecto para solicitar una segunda heladera a través del programa ProHuerta.

Cada feriante tiene exhibidos sus productos en un sector del stand de la feria. Los clientes compran de forma conjunta todos los productos que necesitan independientemente de quien sea la vendedora y se realiza una sola cuenta por cliente. Luego las feriantes se dividen el ingreso que le corresponde a cada una. Este sistema genera un esfuerzo mayor e implica una gran confianza entre ellas, generando un movimiento de retroalimentación y crecimiento conjunto (Mance 2001). Si bien, las productoras tienen diferencias y cada una genera disímiles estrategias de acción que han ocasionado tensiones, han ido construyendo un compañerismo importante a lo largo de estos años que le da un significado mayor al estar ahí presentes. “Ya es como una costumbre y para nosotras es un lugar de encuentro. La otra vez que estaba enferma y no vine, después estas esperando ese día.” (Lorena, integrante de la feria de Federal, comunicación personal, 8 de diciembre de 2017).

La integración entre las productoras y de la feria con la sociedad fue un trabajo constante a lo largo de los años, y se observa en la recepción que tuvieron por parte de la comunidad cuando organizaron una fiesta para conmemorar los 15 años. No sólo recibieron colaboración de muchas instituciones sino además una amplia convocatoria y participación en el encuentro.

Por último, nos parece importante destacar que las feriantes son referentes locales activas, y además de la participación constante en la feria, cada una de ellas integra otros espacios locales, como la asociación de Artesanos el Hornero, el Concejo Deliberante, la comisión de los padres de la escuela y la cooperativa láctea local, entre otras.

### **c. Feliciano**

El mercado en Feliciano era una proyección de antaño. Su planificación data de la década de los ‘90, según la información que recopilamos a través de informantes clave; la estructura se acondicionó y estuvo abierto unos meses, pero la experiencia no logró mantenerse en el tiempo por diversas dificultades. El proyecto había quedado en el imaginario colectivo de Feliciano y su concreción recién se logró a finales de 2018, ocupando el mismo edificio que se planificó inicialmente.

Nos parece importante reconstruir el origen del nombre de este CCC, denominado “Mercado Popular”. Como nos relató una de las coordinadoras del grupo de feriantes:

El nombre salió en el grupo de feriantes que venían trabajando en la feria franca en la plaza, se consensuó con todos los productores, emprendedores, y artesanos. ¿Por qué mercado? porque reúne a varios rubros de la localidad, y en cuanto a la parte de ES, es el canal más importante que tiene este sector, y “popular”, porque varios beneficios que salen de tener un lugar donde exponer, sin pagar los servicios y un montón de cuestiones hace que sus productos tengan un precio diferenciado de las góndolas de los supermercados. Además, es un lugar donde van desde las clases sociales más bajas a la más alta y pueden acceder a productos de muy buena calidad a un precio muy accesible. Por eso es un mercado popular, porque es uno de los canales de venta más importantes que tiene la ES en nuestra localidad.

El mercado popular está coordinado a partir del área de producción del Municipio local y aunque es una demanda histórica del sector de la agricultura familiar, no surgió sólo a partir de la autoorganización de productores sino más bien a partir del trabajo articulado de las instituciones públicas que operan en el territorio. De hecho otra de las problemáticas que sostienen los estudios previos es la escasa y dificultosa organización y participación autogestiva en el territorio.

En ese sentido, así como la feria que emergió a mediados de los '90 fue parte de las acciones de aquellas instituciones vinculadas a la ruralidad –INTA, Secretaría de Agricultura Familiar–, hoy el mercado es una política pública municipal. Es el municipio quien cedió y construyó las instalaciones donde funciona el mercado, quien gestiona a partir de la figura del coordinador que depende del área de producción municipal y quien junto a los productores, feriantes y artesanos deciden las estrategias de organización y de comercialización.

La primera feria que surgió acá en Feliciano fue en los '90 cuando Quique –ingeniero agrónomo que trabajó en la zona– estaba acá, fuimos a Misiones. A Oberá, donde comenzó el tema de la feria franca, fue una de las primeras en el país. Con productores fuimos a recorrer un poco y de ahí surgió la idea y esa primera feria que hubo acá en Feliciano fue en la plaza allá en la década del '90... '97 '98 ¿No? Se fue desvirtuando por diferentes cuestiones, pero continuó hasta ahora que está el mercado popular (Javier, Técnico de INTA, comunicación personal, 8 de marzo de 2019).

Efectivamente las ferias del norte de Entre Ríos surgieron en sintonía con la primeras experiencias de ferias francas en el país a partir del emergente en Misiones (Schiavoni, 2014)

En el caso de Feliciano, en el mercado participan seis productores familiares con producción diversificada de hortalizas, aunque es una zona que se especializa en cebollas y batatas, y que a raíz de la consolidación de los espacios de comercialización apuesta a las verduras de hoja de fácil cultivo y salida comercial. Por otro lado, hay emprendedores de panificados, pastas, escabeches y artesanías donde se destaca la confección de juguetes y elementos para el hogar y diversos tejidos. La mayoría de estos últimos puestos son atendidos por mujeres mientras que en el caso de los puestos de hortalizas y verduras son atendidos por los propios productores, sólo en un caso la familia se reparte las tareas siendo la mujer quien comercializa. Éstos además son quienes comercializan huevo y leche, que según comentan, es lo primero que se vende. Durante nuestras recorridas por el Mercado constatamos que el programa “pescado para todos” también tenía un espacio, según explicaron desde la coordinación, el municipio permite su ingreso para atraer otros clientes y diversificar su oferta. En ese sentido, aclararon que se proyecta también la venta de carnes.

La construcción del precio es generada en forma individual aunque el Municipio tiene como requisito que, por ejemplo en el caso de hortalizas no supere el precio de las verdulerías locales. Del diálogo con los productores constatamos que su producción es a partir de principios agroecológicos, donde sobresale la producción diversificada y la mínima utilización de insumos químicos. De hecho una de las familias viene trabajando en la preservación de una variedad de cebolla por más de 60 años.

Las artesanías son elaboradas por las emprendedoras al igual que los tejidos e hilados, la reventa de productos no está permitida en este rubro, aunque sí en el caso de los puestos de verduras y frutas. Esto ha sido uno de los puntos conflictivos de las relaciones interinstitucionales detrás de los procesos de desarrollo tanto de las ferias como del mercado actualmente. Pero fue una solución y una estrategia del Mercado, para mantener la oferta en momentos en que la producción de hortalizas en forma local mermó por condiciones climáticas.

En el caso de la feria, la misma había surgido a partir del trabajo de INTA junto al municipio. Según argumentan los técnicos de INTA en ese entonces no se articulaba con lo que era el PSA. La trayectoria organizativa tuvo sus distintos momentos donde las instituciones mediaban con su participación, por lo que a partir de los relatos notamos ciertas disputas a la hora de narrar los orígenes y los procesos de trabajo conjunto. Por momentos el INTA se retiraba, por otros los técnicos del PSA, hasta que en una trayectoria más reciente y con motivos de consolidar el Mercado, se formó el Consejo Consultivo integrado por ambos organismos nacionales, el municipio, bromatología local, escuela agrotécnica y concejales con representación de los distintos partidos políticos. La interrupción de la convocatoria por parte del municipio local al Consejo generó disrupciones en la articulación y malestar en los distintos sujetos. “De la inauguración para acá el Consejo no se reunió nunca” (Matías, Técnico Agricultura Familiar, comunicación personal, 7 de marzo de 2018).

La articulación interinstitucional es entonces la principal dificultad que se observa en el desarrollo de la política del Mercado, al igual que los procesos de promoción y consolidación del mismo como una alternativa de generación de procesos económicos locales y trabajo genuino. “Vine a conocer, porque al final nunca había venido... ¿A cuánto tenés la batata?”, la consumidora, habitante del ejido de San José de Feliciano refleja una de las situaciones que atraviesa el Mercado: más allá del poco tiempo de inaugurado y tras los antecedentes de más de 15 años de feria en la plaza local, el lugar no es aún habitual en la vida cotidiana de toda la comunidad. “Hay mucha gente que aún no conoce el mercado” (Lorena, Coordinadora del Mercado, comunicación personal, 8 de marzo de 2018).

No obstante ello, el mercado continúa apostando a ser un espacio donde estar y permanecer con otros. Esto puede verse en las relaciones sociales que se van generando entre los participantes y en lo que implica tener un lugar no sólo para comercializar sino también para proyectar la vida, para estar. “Una de las artesanas está enferma y producir para venir acá la motiva, es un motivo de vida” (Lorena, Coordinadora del Mercado, comunicación personal, 7 de marzo de 2018)

## Reflexiones finales

Como sostiene Schiavoni (2010: 56) “la génesis de la *agricultura familiar* en la Argentina exhibe el carácter diverso de los productores que se aspira a unificar y también la heterogeneidad de lenguajes involucrados en la fabricación de la categoría”, es por ello que, el uso de dicha categoría amerita repensarlo en función de cómo se auto reconocen los propios sujetos en los espacios locales. Pensar en el agricultor familiar en La Paz, es repensar la construcción identitaria como artesano. Localmente no se identifican con la categoría de agricultor familiar ni emprendedor de la economía social y solidaria, sino que son antes que nada, “artesanos”. Lo cual representa a su vez una identidad positiva, “el que hace” y “elabora” con sus propias manos. “Ser artesano” es un orgullo. Más recientemente aparece también la figura del productor, es decir, aquel que vende “verdura fresca”, “sin agregados químicos”. En el plano discursivo, se escucha: “en la feria están los artesanos y otros”.

En Federal, también encontramos una distinción similar, en la cual, las feriantes se autodefinen como productoras de verduras y alimentos más naturales, no se interpelan como productoras orgánicas o agroecológicas, aunque en la práctica su forma de producir también se realiza de esa forma, a su vez, tampoco se autodefinen como agricultores familiares aunque producen a pequeña escala con la ayuda de su familia.

Al igual que en los territorios antes descritos en Feliciano, los productores no se identifican como agricultores familiares tampoco distinguen su modo de producción, pues producen como lo han hecho sus ancestros de una forma tradicional. Asimismo en algunos casos la producción para el mercado es el excedente de su producción para el autoconsumo, hay aquí una constante que caracteriza al productor familiar del norte entrerriano, donde se destaca aquella racionalidad reproductiva a la que hace alusión Feito (2014) para distinguir al agricultor familiar de aquel empresarial, orientado a una lógica de acumulación.

En las tres localidades analizadas, se destaca que la participación de los productores y artesanos en las ferias y el mercado popular generan lazos de solidaridad *ad-extra* (Corragio, 2015) entre los distintos productores, que a su vez fortalecen los vínculos, permitiendo un intercambio de conocimientos que enriquece a los integrantes. En ese sentido, detrás de cada espacio de comercialización se generan redes de colaboración solidarias (Mance, 2001) que sostienen recíprocamente las trayectorias individuales/familiares y que a su vez operan necesariamente en la construcción de lo colectivo. Si bien las ferias que analizamos tienen aspectos en común con la noción de ferias francas (que se caracterizan por la venta directa de cultivos y en las cuales los feriantes están exceptuados de pagar impuestos), la realidad y los contextos locales hacen que haya otras adaptaciones territoriales a dicha construcción social. Por ejemplo, en las tres localidades analizadas aparece como un elemento en común la resistencia cultural a “lo nuevo” y a las competencias que puedan despertar en la comunidad los nuevos puntos de venta y estrategias de comercialización.

Luego de una lectura analítica que combina un nivel micro y meso social de los procesos socio-económicos, queremos concluir con apreciaciones centradas en un nivel macro-social. En torno a ello, nos parece importante destacar el rol de los agentes estatales en el fomento de las experiencias autogestivas y las estrategias de comercialización. El apoyo de los técnicos del INTA en Feliciano, de los trabajadores del PSA en el caso de Federal, del director de cultura en la conformación del centro de artesanos de La Paz y posteriormente, del accionar de los técnicos de la SAF para generar el espacio de la feria zonal en la misma localidad fueron fundamentales para concretar el inicio de dichas experiencias.

Si bien los productores han generado una autonomía y participación activa, el rol de las instituciones estatales es significativo en todos los casos, ya que acompañaron el desarrollo y mejora de los espacios a través de diferentes estrategias como la gestión de proyectos para las mejoras de las instalaciones, la gestión de personal estable para el local comercial y en el caso de Feliciano, que los espacios de feria trascendieron para generar un mercado popular, el municipio adquiere un rol preponderante y garantiza el funcionamiento del mercado a través de proveer infraestructura, personal de coordinación estable e insumos y servicios.

En estos vínculos vemos la categoría reconstruida por Urcola y Nogueira (2019) al analizar las experiencias asociativas de agricultura familiar en cuanto a las relaciones que se construyen en términos de “Estado amigo” entre los técnicos y los sujetos sociales territoriales. En los tres casos analizados, los actores estatales cumplen un rol fundamental en la construcción y acompañamiento de las experiencias de comercialización.

Finalmente, las ferias de productores y artesanos, instalan problemáticas sociales en los espacios locales. Por un lado, al ofrecer productos que instan a una transformación del consumo alienante y compulsivo por uno solidario y orientado hacia un vivir-bien. Por otro, promueven disputas territoriales sobre cadenas cortas de comercialización, pues coincidimos con Craviotti y Palacios (2014) en que la construcción de redes de comercialización alternativas demuestran que los mercados pueden constituir espacios de resistencia y de (re)construcción de autonomía. También acordamos en que los CCC “constituyen espacios económicos en los que los agentes de producción y consumo mantienen un alto poder de decisión en cuanto a qué y cómo se produce, y en cuanto a la definición del valor de aquello que se produce” (López García, 2012). Analizamos que allí es donde se pone en

juego el derecho a la soberanía alimentaria, no sólo por otorgar mayor autonomía y decisión en cuanto a la producción sino en ofrecer una alternativa de consumo, como se mencionó anteriormente. Concluimos que todo ello habilita además una nueva discusión social entre los modelos de desarrollo, y su relación con el ambiente y la naturaleza.

## **Bibliografía**

Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico*, Buenos Aires: Siglo XXI.

Bolaña M.A, (2006). ¿Un nuevo saber social que tome en cuenta la vida cotidiana?, En Sotolongo Codina, Delgado Díaz, *La Revolución contemporánea del saber y la complejidad social. Hacia unas ciencias sociales de nuevo tipo* (pp. 183-204). Buenos Aires: CLACSO.

Buck, M.; Castiglioni, G.; De Lima, P.; et al. (2012). Feria Franca San Vicente: historia, reflexiones y experiencias. En Proyecto de Voluntariado Universitario *Feria Franca San Vicente: cualidades y oportunidades de una modalidad alternativa de comercialización* (145-170). Misiones: Editorial Universitaria.

Caballero, L.; Dumrauf, S.; González, E.; Mainella, F; Moricz, M (2011). Los procesos organizativos de la agricultura familiar y la creación de ferias y mercados de Economía Social. En Alcoba, D., y Dumrauf, S., (Comp.). *Agricultura familiar: del productor al consumidor apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la agricultura familiar en Argentina* (pp. 11-27). Buenos Aires: INTA.

Craviotti, C.; Soleno Wilches, R. (2015). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. *Mundo Agrario*, 16(33). Recuperado de: <http://www.mundoagrario.unlp.edu.ar/article/view/MAv16n33a01>

Craviotti, C. y Palacios, P. (2014). La diversificación de los mercados como estrategia de la agricultura familiar. *Revista de Economía e Sociología Rural*. Recuperado de: [https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/9465/CONICET\\_Digital\\_Nro.13435.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/9465/CONICET_Digital_Nro.13435.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

CEPAL (2014). Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. Memoria del *Seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013*. Series Seminarios y Conferencias 77.

Coraggio, J. L. (1987). *Territorios en transición, crítica a la planificación regional de América Latina*, Quito: Ciudad.

Coraggio, J. L. (2008). *Economía social, acción pública y política (hay vida después del neoliberalismo)*, Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

Coraggio, J. L. (2015). La Economía Social y Solidaria: Niveles y Alcances de acción. Recuperado de: [http://www.economiasolidaria.org/files/La\\_Economia\\_Social\\_y\\_Solidaria.\\_Niveles\\_y\\_alcances\\_de\\_accion\\_24\\_5\\_15.pdf](http://www.economiasolidaria.org/files/La_Economia_Social_y_Solidaria._Niveles_y_alcances_de_accion_24_5_15.pdf)



Discurso Apertura de Sesiones Ordinarias Honorable Consejo Deliberante (2016). 1 de marzo, Feliciano, E. Ríos.

Dirección General de Estadística y Censos de la Provincia de Entre Ríos (2015). *Anuario Estadístico de la provincia de Entre Ríos*. Gobierno de Entre Ríos, Paraná.

Engler P., Rodriguez, M., Cancio, R., Handlosed, M., Vera, M. (2008). *Zonas Agro Económicas homogéneas. Entre Ríos Descripción ambiental, socioeconómica y productiva*. Informe del Instituto Nacional De Tecnología Agropecuaria.

Ferrer, G., Saal, G., Barrientos, M., & Francavilla, G. (2020). Circuitos cortos de comercialización de la agricultura urbana y periurbana en la zona central de Córdoba, Argentina. *Otra Economía*, 13(23), 145-160. Recuperado de: <https://www.revistaotraeconomia.org/index.php/otraeconomia/article/view/14820>

Feito, M. C. (2014). Agricultura Familiar para el desarrollo rural argentino, *Avá 23- Alteridades*, 139-159.

Fernández, M. (2009). Bourdieu, Giddens, Habermas: reflexiones sobre el discurso y la producción de sentido en la Teoría Social, *Cuadernos H Ideas*, Vol 3, N°3, UNLP, 1- 24

Ferrer, G.; Saal, G. A.; Barrientos. M. A. y Francavilla, G. (2020). Circuitos cortos de comercialización de la agricultura urbana y periurbana en la zona central de Córdoba, Argentina. *Otra Economía*, 13(23), 145-160.

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

García, A. L. (2008). *Asistencia técnica para la formulación del proyecto “Fortalecimiento Institucional para el Desarrollo Rural de la provincia de Entre Ríos*. Proyecto de Desarrollo de pequeños productores agropecuarios (PROINDER) Adicional.

Golsberg, C. y Dumrauf, S. (2010). *Las ferias de la Agricultura Familiar en Argentina*. Colección Agricultura Familiar. Ediciones INTA.

Gracia, M. A. y Horbath, J. (2014). Un recorrido por las experiencias de trabajo asociativo autogestionado en el Sur de México. *Cuadernos de desarrollo rural*. N° 11, 171-190

Kautsky, K. ([1899] 1974). *La cuestión agraria*. Barcelona: Editorial Laia.

Laville, J. L., Gaiger L.I. (2016). Economía Solidaria. En Cattani A. D, Coraggio J.L., Laville, J.L (Eds.) *Diccionario de la otra economía* (pp. 169-178). Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.

López García, D. (2012). Tejer agroecología. Metodologías participativas en la construcción de circuitos cortos de comercialización para la agricultura ecológica a escala regional. *En IV Congreso*

*Internacional de Agroecología y Agricultura Ecológica*. Universidad de Vigo. Recuperado de: [https://daniellopezagroecologia.files.wordpress.com/2010/05/artec3adculo-mpia-y-ccc\\_daniel-lopez\\_iv-congreso-agroecologia-vigo.pdf](https://daniellopezagroecologia.files.wordpress.com/2010/05/artec3adculo-mpia-y-ccc_daniel-lopez_iv-congreso-agroecologia-vigo.pdf)

Mance, E. A. (2001). *La revolución de las redes. La colaboración solidaria como una alternativa poscapitalista a la globalización actual*, Petrópolis, Brasil: Editora Voces.

Mançano Fernandes, B. (2014). Cuando la agricultura familiar es campesina. En Hidalgo F., Houtart, F., Lizárraga. P. (Eds.) *Agriculturas campesinas en Latinoamérica: propuestas y desafíos* (pp.19-34). Quito: Editorial IAEN

Mendras, Henri ([1967] 1992). *La fin des paysans*. París: Sedeis.

Nogueira, María Elena; Urcola, Marcos (2019). ¿Qué es el Estado para los agricultores familiares? Estudio exploratorio desde una mirada político- antropológica. En *Actas XI Jornadas Interdisciplinarias de estudios agrarios y agroindustriales argentinos y latinoamericanos*, Buenos Aires: FCE- UBA. Del 5 al 8 de noviembre. Recuperado de: <http://www.ciea.com.ar/web/wp-content/uploads/2019/10/Programa-XI-Jornadas-Agrarias-2019.pdf>

Paz, R.; Jara, C.; Nazar, P. Economía Social y Agricultura Familiar. (2013). La experiencia de la Feria de Villa Río Hondo (Argentina), Cayapa. *Revista Venezolana de Economía Social*, vol. 13, núm. 25, enero-junio, 53-74.

Petitti, M.; Chelotti, T.; Schmuck, E. (2018). Políticas públicas en territorios rurales: la educación en el norte de Entre Ríos. *Paraná: Revista EJES de Economía y Sociedad*, Año 2, Nro. 3, 69- 93.

Polanyi, K ([1947] 2007). *La gran transformación*. Madrid: Quipu Editorial.

Rodríguez Armesto, C. (2015). *La Paz Antes: estampas lapaceñas*, Paraná: Editorial de Entre Ríos.

Schiavoni, G. (2010). Describir y prescribir: la tipificación de la agricultura familiar en la Argentina. En M. Manzanal & G. Neiman (Comps.), *La agricultura familiar del MERCOSUR. Trayectorias, amenazas y desafíos* (pp. 43- 59). Buenos Aires, Ciccus.

Schiavoni, G. (2014). La familiarización del mercado: economía solidaria y reproducción social de la pequeña agricultura. En Craviotti C. (Comp.). *Agricultura Familiar en Latinoamérica, Continuidades, transformaciones y controversias* (pp. 335-337). Buenos Aires, Ciccus.

Viscay, L. (2004). *Diagnóstico Rural del Área Centro Norte de la Provincia de Entre Ríos*. Secretaría de la Producción del Gobierno de Entre Ríos – PROINDER.

Truffel, Isabel; Torrado Porto, Roberto y Valentiluz, César (2008). Feliciano y Loventué: dos modelos de desarrollo territorial. *Revista Ciencia, Docencia y Tecnología*, N° 36, Año XIX, 151- 174.

Enviado:20/04/2020  
Aceptado: 20/01/2021

Cómo citar este artículo:

Perez, D., Roses, P., Vuarant S. (2021). Los procesos de construcción colectiva de espacios de comercialización de agricultores familiares y artesanos en la región norte de Entre Ríos, Argentina. *Otra Economía*, 14(25), 150-168.