

Vázquez, Silvia y Stella Maldonado (2004): "Consecuencias de la estructura "definida" por la ley Federal de Educación", *Informes y Estudios sobre la situación educativa* N°2, IIPMV-CTERA, Buenos Aires.

Villarruel, Julio César (1990): "El estado, las clases sociales y la política de ingresos en los gobiernos peronistas, 1945-1955", en Mario Rapoport (comp.) *Economía e Historia. Contribuciones a la historia económica argentina*, Tesis-Norma, Buenos Aires, pp. 380-446.

Experiencias

De asambleas, cooperativas y ONGs: encuentros y desencuentros de la economía social en el Mercado de Bonpland (barrio de Palermo, Buenos Aires) 1^v

Pablo Forni *

Romina Pigbin**

El Mercado de Bonpland reconoce como idea de origen el ciclo de movilizaciones y organización popular con epicentro en la crisis de 2001. Heredero directo de la Asamblea de Palermo Viejo, lo integran mayoritariamente organizaciones surgidas en el mismo período así como algunas más antiguas. Comparten el espacio y el proyecto del mercado asambleas populares, cooperativas, ONGs, grupos de pequeños productores beneficiarios de programas sociales y fábricas recuperadas. Su trayectoria como conjunto de organizaciones recorre casi una década e incluye conflictos con autoridades gubernamentales así como a su interior. Tres rasgos salientes de este colectivo son: a) que congrega a las múltiples expresiones de la creciente economía social (seguridad alimentaria, producción agroecológica, autogestión, consumo responsable y comercio justo, lucha contra el trabajo esclavo), b) a diferencia de muchas otras experiencias, perdura y prospera a pesar de la indiferencia u hostilidad del gobierno local, y c) se encuentra localizado, paradójicamente, en una de las zonas de mayor transformación y valorización residencial, comercial y gastronómica de la ciudad de Buenos Aires. Este artículo analiza la trayectoria del mercado desde sus orígenes y, asimismo, describe cada una de las organizaciones de la economía social que congrega.

^v Este artículo se publicará en dos entregas sucesivas de Realidad Económica. La bibliografía completa figura en la presente edición.

* Doctor en Sociología. Investigador adjunto CONICET. Profesor Universidad del Salvador

** Licenciada en Sociología. Docente auxiliar Universidad del Salvador

Introducción

Un barrio de la Ciudad de Buenos Aires que ha experimentado grandes cambios en años recientes es Palermo. En efecto, la zona históricamente denominada Palermo Viejo ha sufrido grandes transformaciones. Los talleres mecánicos, pequeñas industrias y depósitos han dado lugar en menos de dos décadas a tiendas de diseño, restaurantes y bares que atraen a un creciente número de turistas. Sobre la calle Bonpland, el amplio frente de ladrillos y arquitectura industrial de casi un siglo remite a la historia del barrio. Un viejo centro de abastecimiento o mercado municipal atrae la atención tanto de simpatizantes de la economía social como de personas preocupadas por el cuidado ambiental y el consumo responsable, turistas o residentes europeos que comparten estas preocupaciones, militantes de movimientos sociales, miembros de ONGs, artistas populares y algunos científicos sociales. Es este contexto de mutaciones y mixtura de actores sociales, el que guía los interrogantes del presente trabajo.

A mitad de cuadra, entre Gorriti y Honduras, encontramos el Mercado Bonpland. Acercándonos al edificio vemos, en una de las paredes laterales que dan a una

calle interna adoquinada, pintado un colorido cronograma de variadas actividades culturales y recreativas así como grafitis que aluden a asambleas, luchas y reivindicaciones propias de los años posteriores a la crisis de 2001. Al ingresar al predio, macetas con plantas aromáticas alternan con zapatillas de una fábrica recuperada, una pizarra con escritos presentando al Mercado Público Bonpland de la Economía Social, y bocetos de una propuesta de reforma edilicia hechos por una cátedra de la facultad de arquitectura. Al caminar por el interior pueden observarse canastos con verduras frescas, pilas de paquetes de yerba mate orgánica, quesos, frascos de dulce, conservas y otros alimentos con etiquetas de cooperativas y movimientos campesinos de diferentes regiones del país, tejidos artesanales, libros sobre la economía social, semillas, frutas secas, bizcochos, galletitas y otros alimentos caseiros, todo junto a pancartas de tela o carteles de madera de organizaciones sociales y grupos de productores. De unos parlantes suenan bandas de rock nacional de los ochenta o bien orquestas de tango de los cincuenta. Un rato más tarde, desde el fondo del predio se oyen los ecos del ensayo de un grupo de percusión.

Así, en pleno "Palermo Hollywood"¹, enfrente de un hotel *bouti-*

¹ Palermo es el barrio porteño de mayor extensión de la ciudad (casi 16 km²) y comprende sectores diferenciados. El llamado Palermo Chico, es una zona de palacios y

que y rodeado de flamantes restaurantes y bares, lo que resulta más llamativo, al ingresar por primera vez al mercado, es descubrir a tantas y variadas organizaciones de la economía social compartiendo un mismo espacio y proyecto. Entre ellas, asambleas populares, cooperativas, ONGs, movimientos campesinos, grupos de pequeños productores beneficiarios de programas sociales, fábricas recuperadas de distintas regiones del país, sea a través de carteles de organizaciones o bien de sus productos en un viejo mercado y en una de las zonas más cotizadas de la ciudad. Otro dato curioso que aporta a la particularidad del lugar, es observar la nave central del predio en plena refacción gracias a una obra financiada por el gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, cuya gestión de carácter neoliberal se muestra, al menos, indiferente en sus fundamentos ideológicos a los postulados de la economía social.

Al haber estudiado con anteriori-

dad los trabajosos procesos de constitución de redes interorganizacionales, e interesados por el desarrollo y evolución de las organizaciones sociales surgidas a raíz de la creciente exclusión social de los años '90 y la crisis de 2001; este mercado de la economía social se presentaba como un caso estratégico para abordar ambas temáticas. Asimismo, el carácter socialmente ajeno del emplazamiento y la al menos indiferencia u hostilidad del gobierno local le añadían interés. Las reiteradas visitas, charlas y entrevistas con feriantes del mercado nos hicieron reorientar los interrogantes iniciales de la investigación al ir develando un proceso largo, enredado y conflictivo hacia el exterior y al interior del colectivo del mercado.

Este artículo analiza la trayectoria del Mercado de Bonpland desde sus orígenes hasta finales de 2009, considerando las particularidades de su conformación y las características de las organi-

residencias, donde vive parte de la clase alta de Buenos Aires. Palermo Viejo, en cambio, fue un barrio de inquilinatos, construidos a principios del siglo XX con la estructura de la llamada "casa chorizo" (habitaciones contiguas que daban a una galería abierta) y casas bajas de una o dos plantas. En los años '80 del siglo pasado cundió en esa zona la fiebre restauradora: muchas casas fueron recuperadas arquitectónicamente y hoy son habitadas por profesionales y artistas. En Palermo Viejo se encuentran cafés, casas de diseño, salas de teatro "alternativo" y un gran número de restaurantes que le han dado una vida bulliciosa. Un pequeño sector del barrio, el que rodea la Plaza Guadalupe, fue epicentro desde 1960 en adelante de un gran número de residentes relacionados con el ejercicio de la psicología, lo que dio origen al mote de "Villa Freud" para referirse a este lugar. En otro sector del barrio, urbanísticamente deprimido, se instalaron productoras televisivas y un canal de TV, lo que dio lugar a la apertura de nuevos restaurantes y cafés, siempre poblados. Esa zona recibió el nombre de "Palermo Hollywood", ya que es frecuentada por la gente del medio televisivo y cinematográfico.

zaciones de la economía social que congrega.

Abordaje metodológico

El enfoque utilizado para la elaboración del presente trabajo ha sido de tipo inductivo, a través de la utilización de herramientas de investigación cualitativa tales como la observación de campo y la entrevista en profundidad. En este sentido, se realizaron visitas semanales durante los días de apertura del mercado (viernes y/o sábados) así como entrevistas con referentes de las organizaciones participantes (e incluidas en este artículo) así como también informantes clave del Mercado.²

La economía social solidaria como movimiento social: organizadores, recursos y movilización

El Mercado Bonpland es un colectivo social integrado por variadas organizaciones vinculadas con la economía social solidaria (ESS) en la Argentina. Sin embargo, una mirada más de cerca revela que el involucramiento de muchas de éstas es acotado, intermitente y/o por delegación en otras organizaciones o individuos. Podría decirse que es un número muy reducido de per-

sonas el que ha mantenido el mercado en funcionamiento. El surgimiento, constitución y persistencia en el tiempo se debe a las estrategias, habilidades y recursos de diferente índole puestos en juego por un puñado de organizadores o emprendedores que más allá de sus diferencias están imbuidos de los valores, ideales y perspectivas de la economía social.

Economía social es un término amplio que alude a un conjunto de ideas, valores y formas asociativas que han venido desarrollándose desde los albores de la revolución industrial y el advenimiento de la economía capitalista. En términos contemporáneos abarca las experiencias y tradiciones de la economía social europea y las de la economía popular latinoamericana. (Defourny, 1992; Coraggio, 2000; Razeto, 2004) Es por eso que asume la denominación de Economía Social Solidaria, incorporando así dichas tradiciones.

Desde el punto de vista de las formas de la microeconomía, las organizaciones de la economía social están formadas por trabajadores que se asocian para: a) producir juntos para el mercado, no orientados exclusivamente por el lucro, sino por la generación de trabajo e ingresos monetarios y no monetarios para sus integrantes,

² Durante el trabajo de campo y desgrabación del material hemos contado con la colaboración de Leticia Lopresti, estudiante de sociología de la Facultad de Ciencias Sociales, USAL.

b) comprar juntos para mejorar su poder de negociación en el mercado; c) socializar riesgos y d) producir unidos condiciones o medios de vida para su propia reproducción o el uso colectivo de su comunidad. (Razeto, 2004; Coraggio, 2007) El movimiento cooperativo así como las mutuales cuentan con una larga y rica historia en la Argentina. Desde los años '80 diferentes ONGs en muchos casos con apoyo de la cooperación internacional inician experiencias económicas asociativas tanto entre pobres urbanos como población campesina. La creciente exclusión social fruto de años de políticas neoliberales reavivó el interés entre militantes sociales, investigadores y funcionarios públicos llevando a la adopción de sus principios por parte de movimientos sociales de desocupados y asambleístas así como a su inclusión en políticas públicas. En años recientes, ha venido creciendo la preocupación por el medio ambiente y por los alimentos orgánicos.

En este sentido, entre las organizaciones del Mercado Bonpland se distingue dicha preocupación en torno del discurso y tipo de pro-

ducción orgánica. Así, se intenta introducir nuevas prácticas de consumo ligadas con productos cultivados sin pesticidas, nocivos para la salud, -propios de la agricultura industrial- y a procesos ecológicos, relacionados con la biodiversidad y ciclos adaptados a las condiciones locales propias de la agricultura familiar. A su vez, la valoración de tales prácticas está acompañada por la creciente preocupación de los consumidores por acceder a productos saludables.³

La salud del medio ambiente, de los productores y consumidores es fundamental para este tipo de producción, donde no se utilizan insumos de síntesis químicas ni semillas genéticamente modificadas. Así, este tipo de producción es concebida como una alternativa sustentable para mejorar los ingresos de los productores y de la agricultura familiar, es por ello que se considera como una responsabilidad ineludible difundir sus beneficios y favorecer su implementación.⁴

Así, el mercado Bonpland puede ser identificado como parte de un movimiento social de límites difusos y partes heterogéneas. Sin

³ Ver MAPO | Movimiento Argentino para la Producción Orgánica: www.mapo.org.ar

⁴ En Buenos Aires, existen en la actualidad, además del Mercado Bonpland, diferentes redes, mercados y ferias que comercializan y distribuyen alimentos orgánicos y/o productos de la economía social. Entre ellas: Iriarte Verde; Cooperativa de Trabajadores Rurales; Redes/Distribuidoras: Puente del Sur, Red Tacurú; Ferias/Mercados: El Galpón, Casa Campesina, Tendiendo Puentes, Red de Comercio Comunitario, Feria del Encuentro (Fuente: Informe HBA: Agroquímicos, Alimentos y Salud, N° 116, marzo 2010)

embargo, por otra parte, reviste la particularidad de tratarse de un colectivo de la economía social del cual casi no participan trabajadores o productores en forma directa, salvo contadas excepciones. Los protagonistas, desde los orígenes de su conformación, han sido en su gran mayoría profesionales urbanos de clase media. Las agendas, estrategias y recursos puestos en juego por cada uno de ellos delinean el proceso de organización del mercado.

Existe una variedad de enfoques teóricos para el estudio de los movimientos sociales⁵. Entre estos consideramos la perspectiva de la movilización de recursos como la más adecuada para el abordaje del caso. La misma enfatiza el hecho de que los movimientos sociales necesitan de organizaciones que cuenten con recursos de diversa índole a fin de alcanzar sus objetivos. En este sentido, se centra sobre el papel jugado por los organizadores o emprendedores sociales en la consecución de estos recursos y el diseño e implementación de estrategias adecuadas para el éxito del movimiento y sus organizaciones. El análisis acentúa la perspectiva micro, en los organi-

zadores, sus recursos y redes sociales. (McCarthy & Zald, 1977; Jenkins, 1983; Ibarra, 2000)

Existen diferentes taxonomías para los recursos a ser movilizados: a) materiales (dinero y capital físico), b) morales (solidaridad, apoyo a los objetivos del movimiento), c) socio-organizativos (estrategias organizativas, redes sociales), d) humanos (voluntarios, personal, líderes), e) culturales (experiencia previa como organizadores, comprensión de las cuestiones, habilidades para la acción colectiva) (Edwards & McCarthy, 2004). Dos cuestiones relacionadas con los organizadores o emprendedores sociales que destaca esta perspectiva teórica la vuelven aún más adecuada para el análisis del presente caso. Por una parte, se señala que muchos (o todos) de los organizadores pueden ser exteriores al mismo movimiento social. Por otro, que estos organizadores suelen tener la habilidad de cooperar recursos institucionales diversos (privados pero sobre todo públicos) a favor de las organizaciones del movimiento. (Jenkins, 1983)

⁵ En términos generales, desde diferentes perspectivas se concibe a los movimientos sociales como acciones colectivas con alguna estabilidad en el tiempo y algún nivel de organización, orientados al cambio o conservación de la sociedad o de alguna parte de ella. Así, la idea de movimiento social tiende a oscilar entre dos polos: la respuesta coyuntural a una determinada situación o problema y la encarnación del sentido de la historia y el cambio social. (Ver Garretón, M., 2002)

El surgimiento de un mercado de la Economía Social Solidaria

Los orígenes del Mercado Bonpland están enraizados en los ciclos de movilizaciones y protestas con epicentro en los sucesos de diciembre de 2001. Los movimientos de trabajadores desocupados, los movimientos campesinos, las fábricas recuperadas, los clubes de trueque y las asambleas barriales intentan llevar a la práctica las formas de pensar y actuar lo político, lo económico y lo social. En un contexto de malestar generalizado, todas estas formas alternativas de organización se proponen con suerte diversa la recomposición del tejido social corroído por años de políticas neoliberales. En esta particular coyuntura histórica se inscriben las acciones de la Asamblea de Palermo Viejo.

A partir de enero de 2002, vecinos de Palermo, algunos militantes de diferentes agrupaciones políticas y otros desencantados del quehacer partidario en general, se reúnen en la esquina de Honduras y Costa Rica con el afán de construir colectivamente otras formas de habitar el barrio. En pleno auge de las asambleas barriales, a mediados del mismo año, comienzan a solicitar infructuosamente al gobierno de la ciudad un lugar donde reunirse y desarrollar sus actividades. Luego de muchas deliberaciones y con el antecedente de acciones simila-

res de otras asambleas, deciden tomar el predio de 600 m² de Bonpland 1660. Se trata del Mercado Torcuato de Alvear, un viejo centro de abastecimiento municipal inaugurado en 1914. Sus instalaciones se encontraban deterioradas y con sólo tres puestos funcionando; el resto en estado de casi total abandono. Este predio significaba la posibilidad de contar con un espacio público de encuentro con fuerte presencia barrial y un elevado valor patrimonial que ameritaba ser revalorizado. Tomar la decisión de ocupar el mercado no resultó fácil para los asambleístas. Se trataba de una asamblea muy heterogénea desde el punto de vista ideológico-político, mayoritariamente de clase media y sin experiencia alguna en acciones de estas características.

La toma de posición implicó numerosas charlas, reuniones y debates al interior de la asamblea. Hasta que llegó el día. La decisión estaba tomada. Así fue como un sábado de octubre de 2002 se emprendió la ocupación. Además de los medios de comunicación convocados, se hicieron presentes en señal de apoyo otras asambleas y agrupaciones políticas. Personal policial intentó evitar el ingreso al mercado mientras los manifestantes resistían en la vereda con escobas y elementos de limpieza. Argumentaban que querían hacerse cargo del predio, en ese entonces abandonado, para cuidarlo y ponerlo en funciona-

mento. Se sumaron asimismo, pancartas alusivas y la firma de un petitorio. Fueron consiguiendo que distintas autoridades se acercaran al lugar. En orden sucesivo, primero fue el Director del CGP (Centro de Gestión y Participación), luego el Director de Ferias y Mercados de la ciudad y finalmente, el Subsecretario de Espacio Público. Este último fue quien abrió las puertas dejando ingresar a los asambleístas. Se acuerda una reunión con las autoridades en la que se obtiene el permiso -que luego se traducirá en un convenio-, para utilizar la parte posterior y las calles laterales del predio. No así la nave central, en la que continuarían funcionando los puestos remanentes del mercado municipal.

Una vez alcanzada la concesión de esa parte del predio, la Asamblea comienza a gestionar la reconstrucción de las edificaciones de la parte posterior que se encontraban en muy mal estado. Las primeras refacciones las hicieron vecinos junto con miembros de organizaciones de desocupados. El gobierno de la ciudad aportó algunos materiales para las tareas de impermeabilización y comerciantes del barrio facilitaron descuentos en la compra del resto.

La Asamblea de Palermo Viejo era muy activa en estos momentos: debates, espectáculos, protestas, actividades solidarias y proyectos en asociación con otras asambleas y movimientos socia-

les. Se destaca la organización de "La Trama", un gran evento barrial en mayo de 2002. Como el nombre indicaba, el propósito era recomponer los lazos sociales, culturales y productivos a partir de casi 200 actividades abiertas (talleres, espectáculos, debates) realizadas entre el 25 y el 26 de mayo en distintos lugares del barrio. *La Trama* volvió a realizarse en 2003 y 2004. En este último año concurren más de 60 productores apoyados por el Programa Social Agropecuario (PSA) que financió pasajes de productores y de ICECOR. Esta actividad fue denominada "Sabores y saberes".

Las iniciativas posteriores de *La Trama* fueron adquiriendo una repercusión decreciente. Asimismo, otra de las actividades, impulsada por la asamblea, fue la realización de una feria nocturna de artesanos con aproximadamente cien puestos funcionando durante dos años de modo autogestivo, independientemente de la asamblea, y ubicada en las calles laterales de la nave central.

Pueden identificarse dos etapas diferentes y al mismo articuladas en el surgimiento y desarrollo del Mercado de Bonpland. La primera, con epicentro en la crisis de 2001 y en la necesidad de reconstruir lazos sociales. La segunda, desde mediados de 2003, en la que comienza un proceso de recomposición del panorama político que modifica las prioridades de las organizaciones que participan del mercado.

A partir de 2003, el contexto político comienza a modificarse con la gradual recomposición de las instituciones de gobierno. Concomitantemente, comienza a morigerar la participación general en las asambleas, incluida la de Palermo Viejo. Al mismo tiempo, la economía social solidaria se iba afianzando como política social de inclusión como así también un canal alternativo de producción y comercialización. Es así que durante 2003, miembros de la asamblea participan de un espacio denominado *Asambleas Autónomas* integrado por unas cincuenta asambleas de Buenos Aires. Aquí se constituye un grupo de discusión sobre la economía solidaria. En el contexto de *La Trama 2003*, se lleva a cabo una mesa redonda sobre el mismo tema de la que participan, entre otros, representantes de las ferias francas de la provincia de Misiones.

Luego *La Trama* convoca un foro de la economía solidaria con la consigna "Reconstruyendo espacios". Participan 45 microemprendimientos de 20 organizaciones diferentes (fábricas recuperadas, asambleas y movimientos de desocupados), que ocupan diferentes puestos en las calles laterales del mercado, en los que exponen y venden productos, así como también difunden sus actividades a través de talleres participativos. En esta iniciativa, ya se encuentra presente en los asambleístas y miembros de las organi-

zaciones la idea de desarrollar un mercado permanente de la economía solidaria en la nave central del predio. Los pasos siguientes se orientaron a establecer nuevos vínculos en la vida cotidiana del barrio así como a lograr visibilidad y repercusión para la producción, comercialización y consumo solidario y responsable.

Se realizan entre 2003 y 2005 distintas gestiones ante el gobierno de la ciudad con el fin de evitar el desalojo de la parte posterior del predio, demandándose también la cesión de la nave central para su utilización. Simultáneamente, se participa de diversas actividades vinculadas con la economía social. Sin embargo, la percepción de indiferencia gubernamental hacía parecer al proyecto de un mercado establecido en la nave central como cada vez más lejano.

La progresiva disminución de participantes de la asamblea impulsaba a los que quedaban a incorporar otros grupos que buscaran contar con un espacio para desarrollar actividades diversas, sin participar necesariamente de las discusiones propias de la asamblea. Así, se fueron incorporando un comedor comunitario del Movimiento Teresa Rodríguez (MTR), un taller de serigrafía que colaboraba con varias asambleas, una murga (*La cuerda floja*) entre otros. Estos grupos comenzaron a funcionar en el predio de forma permanente.

Con el paso del tiempo, la Asamblea de Palermo Viejo se iba transformando en un colectivo de organizaciones con intereses y objetivos heterogéneos. A fines de 2005 se interrumpen por completo los reclamos por el uso de la nave central. Mientras tanto, continúan las ferias y actividades culturales en las calles laterales así como los debates en torno del proyecto del mercado.

Un año después, ante la existencia de proyectos alternativos de grupos interesados en el predio (por ejemplo, una escuela de luthería), se retoman las gestiones ante las autoridades. En marzo de 2007, el gobierno de la ciudad a cargo de Jorge Telerman renueva el permiso de ocupación de la asamblea al tiempo que desaloja a los tres puestos remanentes y procede a la demolición de las instalaciones del *viejo mercado* que quedaban en el interior de la nave central. Funcionarios gubernamentales contemplaban su uso para distintos eventos culturales y comunitarios. En ese momento, miembros de la asamblea y otras organizaciones cercanas a ésta, logran que la Legislatura declare al predio ubicado en Bonpland 1660 patrimonio histórico de la ciudad. Este reconocimiento implicaba una restricción para la prosecución de cualquier tarea de

demolición y disponía su uso para la instalación de un mercado.

Las gestiones continúan durante 2007. El bajo desempeño de Telerman en las elecciones de jefe de gobierno devino en oportunidad para negociar con las autoridades, próximas a finalizar su gestión, la cesión del espacio central del predio en disputa. En septiembre de ese año, las organizaciones presentan un proyecto de mercado y se convoca a diferentes organizaciones de la economía social, algunas que venían participando en ferias y actividades en el predio y otras sin contacto previo. Luego de arduas negociaciones, trece organizaciones firman con el Gobierno de la Ciudad un convenio que les otorga el uso del predio por cinco años, con espacios preasignados a cada organización para la instalación de los puestos.⁶ Finalmente, el 1º de diciembre de 2007 se inaugura la nave central como un espacio para la venta directa de productos según los principios de "la economía solidaria y el comercio justo". Así nace el "Mercado Solidario de Bonpland", que abre sus puertas todos los sábados.

El proyecto inicial del mercado se plantea facilitar las vinculaciones directas entre productores y consumidores, y atender a las cuestiones propias de la comer-

⁶ Organizaciones firmantes del convenio o permisionarios: APF, Asamblea de Palermo Viejo, La Asamblearia, Asociación Civil La Dignidad (MTR), CE.DE.PO., Cooperativa Chemical (La Rioja), Cooperativa Puerto Rico (Misiones), Cooperativa Río Paraná, FECOAGRO, ICECOR, La Alameda, Red del Campo, Soncko Argentino.

cialización de modo que las experiencias de la economía social puedan lograr mayor repercusión y sostenibilidad. Las características del edificio, su valor histórico como mercado y, sobre todo, su localización en una zona de atracción turística y emplazamiento de emprendimientos gastronómicos, textiles y culturales, vuelven al proyecto aún más propicio. Asimismo, el proyecto abarca la capacitación productiva específica, la reflexión acerca de los modelos de consumo, la difusión del consumo responsable y el comercio justo, el intercambio de conocimientos y experiencias entre las organizaciones y el fortalecimiento de la economía social en general.

Sin embargo, se presentan dos posiciones incompatibles sobre *cómo* darle forma a un mercado de la economía solidaria.

Por un lado, la visión promovida por la ya muy reducida asamblea y apoyada por algunos grupos cercanos a ésta como el MTR concebía al mercado como un espacio abierto a microemprendedores individuales tanto como a organizaciones que podrían incluso rotar semanalmente. Desde esta perspectiva, se prioriza que la nave central del mercado constituya un espacio colectivo abierto y sin subdivisiones, o en términos de una asambleísta "que no se permita el ingreso de la propiedad privada al mercado social". También se contemplaba la crea-

ción de un centro cultural para diferentes actividades artísticas y de formación. Desde esta postura, se consideraba que la creación de estos espacios, podría atraer a un público más amplio al mercado y aportar visibilidad a las experiencias de la economía social. Los actores mencionados mantenían una postura de confrontación frente al Gobierno de la Ciudad y visualizaban las negociaciones y el acuerdo alcanzado por las trece organizaciones signatarias como "una traición" al plan original.

Por otro lado, los referentes de algunas organizaciones firmantes impulsan un proyecto que no contempla a microemprendedores individuales sino a un arco de organizaciones de la economía social de diferentes regiones del país; aquellos eventualmente podrían participar del mercado solamente a través de su integración en las organizaciones. También se impulsa la subdivisión de la nave central en espacios específicos para cada organización, -en contraposición con la propiedad colectiva de los mismos-. Conciben a la relación con el gobierno como de "negociación y seducción", -en lugar de una confrontación permanente- como estrategia para llevar a cabo la negociación con el gobierno de la ciudad, estrategia que luego muta en una confrontación. Las actividades culturales son vistas como periféricas a las actividades del mercado y por tanto no se desarrollarían en la nave central sino

en las calles laterales o en la parte trasera del predio, espacio en el que ya existía un centro cultural propiciado por la Asamblea de Palermo Viejo.

La oportunidad abierta por la salida de Telerman del gobierno, cede paso a la presentación de un proyecto integrado en el que prevalece la segunda propuesta mencionada, la de un mercado social de productores organizados sobre la de un mercado de emprendedores. Sin embargo, las dificultades continúan al asumir Mauricio Macri el gobierno de la ciudad.

La falta de requisitos mínimos para su funcionamiento, opera como el fundamento oficial en los sucesivos intentos por cerrar el mercado. Un predio desmantelado -con el agregado de palomas instaladas en su interior y a su alrededor-, no resultaba compatible con el desarrollo de un espacio para la venta directa de agroalimentos.

Los sucesivos enfrentamientos con el Gobierno de la Ciudad fueron generando rupturas al interior del mercado. Posteriormente a la firma del convenio constitutivo, algunas organizaciones deciden abandonar el espacio y esperar la puesta a punto del lugar, prometida por el GCBA. Este es el caso de FECOAGRO y de las organizaciones misioneras (Río Paraná y Puerto Rico) que se retiran del mercado. Otras organizaciones (como ICECOR, Alameda) asu-

men una postura diferente: abandonar el espacio podía implicar perderlo, por lo que optan por quedarse, anticipándose así a una posible inminente ocupación por otros grupos interesados, algunos de los cuales estaban siendo promovidos por las autoridades gubernamentales, como por ejemplo, el ingreso de otro emprendimiento denominado "*Comidas de mi tierra*", un proyecto alternativo que se vinculaba de alguna manera con la producción orgánica y con algunos contactos y apoyo del gobierno local. Cabe destacar que este proyecto no comulgaba con las ideas de generar un espacio para la economía social y tampoco había participado de las reuniones y actividades previas.

Es en esta instancia en la que se vuelven más visibles las diferencias entre las dos posiciones expuestas: en lo que hace al vínculo y rol asumido frente al Estado, en la forma de concebirse a sí mismas y en el modo de gestionar el espacio público. Dichas divergencias se manifiestan no sólo en la imposibilidad de constituir un proyecto único de mercado, sino en las dificultades reales que va tomando la convivencia cotidiana y en el modo de asumir la práctica colectiva.

Luego de esa ruptura, en enero de 2008, quedan 10 de las 13 organizaciones firmantes. Estas organizaciones permisionarias comienzan a elaborar acuerdos para la conformación de una comisión directiva y de una coo-

peradora que represente a las organizaciones participantes y también a los productores independientes, no firmantes del convenio. Simultáneamente, la Asamblea de Palermo intenta constituirse como Asociación Civil, -si bien se requería de una cooperadora por estatuto, la asociación civil ofrecía mayores ventajas como figura legal- buscando adjudicarse para sí cierto carácter centralizador. Sin embargo, la Asociación Civil promovida nunca terminó de conformarse, y por falta de cumplimiento de requisitos legales, esta posibilidad terminó por abandonarse.

La retirada de las organizaciones dejaba espacios que se necesitaban cubrir, para lograr contar con una oferta diversa de productos, como así también para cubrir el espacio ya otorgado con organizaciones (y evitar así la instalación de productores independientes) y lograr consolidar el proyecto.

Se mantenía el estado de tensión e incertidumbre permanente, sumado a la percepción de cierto boicot por parte del gobierno, al no terminar de crear las condiciones aptas para el funcionamiento del mercado, al no brindarles las llaves para acceder al predio (estaban ahí porque habían forzado un candado para lograr permanecer), y al retirar los stands. Si lo que se buscaba con estas acciones es que los copantes desistieran de la idea de consolidar un mercado de la economía

social, eso no fue lo que ocurrió.

También continuaban los intentos explícitos para desalojar el predio. En el mes de febrero de 2008, autoridades del Gobierno ingresan al mercado y lo clausuran. Se producen nuevas bajas de organizaciones: CE.DE.PO., APF y Soncko Argentino deciden retirarse, evitar los confrontamientos y regresar al predio una vez finalizada la obra de restauración del espacio prometida por el GCBA. Se trata del momento de mayor achicamiento del mercado. En esta etapa y ante los sucesivos desencuentros, la *proto* asamblea constitutiva o Asociación Civil promovida por la Asamblea (o ex Asamblea) pierde legitimidad y se disuelve.

En tal contexto, las organizaciones que permanecen en el mercado comienzan a incorporar nuevos grupos ante el dilema de un posible desalojo o clausura ante la situación de debilitamiento. Se postulaba como requisito a estos grupos, ingresar como integrantes de las organizaciones ya existentes y asumir el compromiso que sobreviniera a esa afiliación, a partir de la convivencia en el espacio.

Al mismo tiempo, se traslada el conflicto a los medios de comunicación. Se realizan cámaras ocultas en ferias organizadas por el GBCA en las que se registran irregularidades, con el objetivo de presionar a las autoridades y evitar así el desalojo del mercado. Estos acontecimientos reabren

nuevamente el diálogo con el GCBA y logran acordarse condiciones mínimas para el funcionamiento del mercado: la restitución de los matafuegos y stands, un permiso de habilitación transitoria, el destape de canaletas, la entrega de una llave de la puerta de entrada, entre otras.

Las autoridades ceden a los pedidos de los participantes del mercado, aunque queda paralizada la obra por las remodelaciones sustanciales para el cumplimiento de las condiciones higiénicas más generales (como por ejemplo, la instalación de baños, la instalación eléctrica para refrigerar los alimentos que lo requieran) y para propiciar el retorno de las organizaciones que se habían retirado hasta la realización de esta promesa.

El eje en esta etapa estuvo puesto en la necesidad de sostener el mercado frente a una situación de conflicto e inestabilidad permanente, y rodeada de especulaciones por los espacios vacíos dejados por los permisionarios. El ingreso de artesanos individuales y productores independientes, quienes no contaban con experiencia de participación colectiva, que operan con una lógica de tipo instrumental y autónoma, dificulta aún más el panorama. Lógicas distintas se ponen en juego y se manifiestan en las asambleas y en los avances y retrocesos continuos. Se trata de un período complejo, de incertidumbre e indefiniciones.

Finalmente, luego de idas y vueltas, logran que el mercado continúe funcionando durante todo el año 2008, incorporando algunos pequeños productores, y con suerte diversa por las limitadas posibilidades de generar ingreso (escasa concurrencia, limitaciones de los productores individuales y en volumen de producción, lo que restringe el aprovisionamiento de productos). Puede decirse que en esta etapa es el valor simbólico lo que sostiene el proyecto. Lo que se pone de manifiesto es la necesidad de ir más allá, de trabajar en el valor del espacio como lugar de comercialización, entendiendo que detrás de estas experiencias existen necesidades concretas y materiales.

Las obras de restauración, previstas para enero de 2009, se van postergando y continúan las divergencias entre las organizaciones integrantes respecto del modo en que debe llevarse a cabo la acción colectiva.

Las elecciones de 2009 no resultan favorables para los dirigentes del gobierno de la ciudad, lo que da por resultado un cambio de posiciones al interior del gobierno. En este sentido, el cambio de dirección conlleva una nueva oportunidad para continuar con el reclamo. En un intento por mejorar la imagen del gobierno, las autoridades locales comienzan a desembolsar dinero en obras públicas, entre ellas el Mercado de Bonpland, y respetando la diagramación realizada en 2007 y el

convenio y la distribución de los stands que había sido promovida por las organizaciones firmantes. Este acontecimiento promueve el inicio de la remodelación y con él, el retorno de algunas organizaciones (APF, CE.DE.PO., Cooperativa Río Paraná, Soncko Argentino). Las obras comienzan y se renuevan las expectativas. Mientras tanto, las organizaciones continúan ocupando el espacio.

Antes del inicio de la obra y de la construcción de los stands, se realiza una reunión con las autoridades del GCBA en la que se acuerda permitir a los productores independientes o cuentapropistas presentar documentación (alrededor de 6 lo hicieron) para ubicarse en una lista de espera y adjudicarles una parte de la superficie total. Esas solicitudes fueron aceptadas como "pretendientes a ser permisionarios". En la actualidad esos productores individuales continúan en el mercado, aunque la mayoría han optado por incorporarse a alguna de las organizaciones firmantes.

Hacia mediados de 2009 se comienzan a construir los stands respetando las superficies previstas por las organizaciones en la firma del convenio. Para algunos, este momento representaba un paso en el proceso de consolidar la posición en el mercado, la posibilidad de que vuelvan las organizaciones, y contar con superficies delimitadas para cada una. Para otros, desde una postura crítica,

este mismo paso significaba una "defensa de la propiedad privada". Así, los conflictos continuaban entre las dos posturas, que parecían seguir mostrándose como irreconciliables.

Es en este momento que se comienza un proceso de negociación con los productores independientes entre los portavoces de las distintas posturas, para albergarlos en las organizaciones, a la vez que continúan los debates por resolver qué hacer con los feriantes que no habían participado de la firma del convenio y que por esto último, no iban a obtener parte de la superficie del mercado.

Un sentido común parecería congrega a todas estas organizaciones. Por un lado, una toma de distancia de lo que pudo haber sido un Centro de Abastecimiento Municipal (CAM). Y por otro, la conformación de un colectivo con ciertas pautas comunes de comercialización (precios no regidos por el mercado sino por los costos de producción), el valor del discurso *orgánico* y del tipo de producción agroecológica en un sentido amplio, en la relación sujeto-naturaleza, producción-comercialización; como así también una postura político-ideológica que proclama la reivindicación de grupos antes invisibilizados (trabajadores de fábricas recuperadas, movimientos de desocupados, pequeños productores y trabajadores en condiciones de esclavitud).

Pero los obstáculos se mantienen en el proceso de consolidación de un mercado basado sobre los principios de la economía social. El convenio marco con el GCBA reúne a 13 organizaciones, con idiosincrasias, prácticas y modalidades de vinculación con el Estado de diverso tipo. A fines

Bibliografía

- Fernández, Rosa (1999) "Potencialidades y Limitantes en las Estrategias de Mercadeo de Grupos de Pequeños Productores Agroecológicos". Trabajo de tesis. Cátedra de Extensión y Sociología Rurales de la Facultad de Agronomía -Universidad de Buenos Aires. [En línea] Disponible en <http://www.infoagro.net/shared/docs/a5/dcomercializacion25.pdf>
- Garretón, Manuel Antonio (2002), "La transformación de la acción colectiva en América Latina". Revista de la CEPAL 76 Departamento de Sociología-Universidad de Chile
- García Guerreiro, Luciana (2009) "De articulaciones y resistencias: La experiencia de las ferias francas de Misiones" Prepared for delivery at the 2009 Meeting of the Latin American Studies Association, Rio de Janeiro, Brazil June 11-14, 2009 [En línea] Disponible en <http://lasa.international.pitt.edu/members/congress-papers/lasa2009/files/GarciaGuerreiroLuciana.pdf>
- Ibarra, Pedro (2000) "Los estudios sobre los movimientos sociales: Estado de la cuestión", *Revista Española de Ciencia Política*, vol. 1, N° 2, pp. 271-290.
- Jenkins, J. Craig (1983) "Resource Mobilization Theory and the Study of Social Movements", *Annual Review of Sociology*, Vol. 9: 527-553
- Manzanal, Mabel (2002) "Instituciones y gestión del desarrollo rural en Argentina" *Economía, Sociedad y Territorio* N° 12, El Colegio Mexiquense, A.C., México. Disponible en <http://www.filo.uba.ar/contenidos/investigacion/institutos/geo/pert/Publicaciones4.pdf>
- Nardi, Ma. Andrea y Pereira, Sandra G. (2002) "Nueva institucionalidad para un modelo alternativo de desarrollo local: las Ferias Francas de Misiones". Trabajo presentado en VI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología Rural (ALASRU), Porto Alegre. [En línea] <http://www.filo.uba.ar/contenidos/investigacion/institutos/geo/pert/PonenciaA2.pdf>
- Ricotto A., Almeida J. (2002) "Las ferias francas de Misiones, Argentina: una red de actores sociales y una nueva visión del mundo rural". Trabajo presentado en VI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología Rural (ALASRU), Porto Alegre. [En línea] Disponible en <http://www.ufrgs.br/pgdr/textosabertos/artigo%20ricotto.pdf>

de 2009, el desafío que se presenta es la posibilidad de consolidar un proyecto común, aunque arduo e incierto, que pueda trazar un nuevo recorrido, una nueva oportunidad para la economía social, o bien, un ignorado final anunciado.

Informe

Mapa de situación del cooperativismo agropecuario argentino 2007*

Mario Lattuada **

María Elena Nogueira ***

Juan Mauricio Renold ****

Marcos Urcola*****

El presente artículo ofrece el análisis de datos inéditos del *Censo de Información Económica Sectorial de Cooperativas y Mutuales. Sector Agropecuario, 2007* realizado por el INAES. En primera instancia se presenta una breve retrospectiva del origen y la evolución del cooperativismo agropecuario comparando en forma agregada los registros estadísticos del año 1998 con los datos obtenidos en el Censo de 2007. En segundo lugar, se procede al análisis específico de la información censal de 2007 para las cooperativas agropecuarias de primer grado, focalizando sobre datos generales tales como el número de entidades y asociados por región, las actividades y servicios ofrecidos, el personal empleado, la situación económica y el nivel de participación en la comercialización agropecuaria. Finalmente, se reseña el panorama general de la actividad cooperativa agropecuaria que permite realizar algunas reflexiones en torno del peso de la actividad cooperativa en la economía nacional.

Una versión más amplia de este trabajo se puede consultar en <http://www.iaqe.org.ar/modulos/noticias/article.php?storyid=3409>

- * CONICET - UNR.
 ** CONICET - UNR.
 *** CIUNR - UNR.
 **** CONICET - UNR.