

Economía Social y Agricultura Familiar. La experiencia de la Feria de Villa Río Hondo (Argentina) ¹ SOCIAL ECONOMY AND FAMILY FARMING. THE EXPERIENCE OF THE RIO HONDO VILLAGE FAIR (ARGENTINA)

Raúl PAZ (*) Cristian JARA(**) Paola NAZAR(***)

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo analizar las lógicas específicas de los sistemas de comercialización que revalorizan el estilo de vida de la Agricultura Familiar y su forma de producir. Para ello, se realizó un estudio de la experiencia de la Feria de Villa Río Hondo (Santiago del Estero, Argentina) a partir de la identificación de sus actores, su forma de organización y sus potencialidades. Por un lado, el artículo intenta dar cuenta de cierto procesos tendientes a lograr la colocación regular de la producción y la generación de un ingreso alternativo mediante la construcción de circuitos cortos, la confianza interpersonal, la artesanidad, la búsqueda del valor agregado, el cuidado de la naturaleza y la producción con recursos locales (endogeneidad). Por el otro, se argumenta 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. Se trabajó con entrevistas en profundidad con el propósito de indagar sobre el significado atribuido a la feria, buscando la heterogeneidad de los informantes en cuanto a la estrategia desplegada y la trayectoria de los feriantes.

Palabras Claves: Feria - Agricultura Familiar – Economía Social

ABSTRACT

This essay aims at analyzing the specificity of marketing systems which include Family Farming. We study the Fair in Villa Río Hondo (Santiago del Estero, Argentina) in order to identify the actors, their organization and their potential. On the one hand, the article attempts to explain certain processes aimed at achieving regular level of production and income generation by building short circuits, interpersonal trust, craftsmanship, added value, care of nature and production from local resources (endogenous). On the other, the fairs have functions beyond marketing because they constitute a public space which (re) construct identities and memories of the producers. We used interviews in order to investigate the meaning attributed to the fair, looking for heterogeneity of the informants, different strategies deployed and the trajectory of the farmer.

Key Words: Fair – Family Farming - Social Economy.

RECIBIDO: 01/03/2013 / ACEPTADO: 24/06/2013

¹ Este artículo fue realizado con la colaboración del Centro de Formación para la Agricultura Familiar (CEPAF) que es una iniciativa pública-privada que surgió de la necesidad de ampliar los conocimientos en la temática de la agricultura familiar y el desarrollo rural en el NOA (Noroeste Argentino). La investigación se llevó a cabo en el marco de un proyecto de sistematización de experiencias de intervención rural de la Subsecretaría de Agricultura Familiar delegación Santiago del Estero durante 2011-2012. Los autores agradecen la colaboración de dichas instituciones.

* Doctor en Ciencias Agrarias. Actualmente es Investigador del CONICET, Docente de la Universidad Nacional de Santiago del Estero (UNSE). pazraul5@hotmail.com.

** Becario del CONICET, Magister en Estudios Sociales para América Latina y su línea temática se relaciona a la estructura agraria y los movimientos sociales agrarios. cristianjara_cl@hotmail.com

*** Técnica de Subsecretaría de la Agricultura Familiar a cargo de la Feria de Villa Río Hondo. paonaz23@hotmail.com

1. Introducción

El mercado, desde la perspectiva capitalista, representa una forma institucionalizada basada en la intencionalidad de ganancia y una visión de tipo impersonal. Este tipo de mercado, en especial el de materias primas y alimentos, ha ido profundizando cada vez más las asimetrías y el grado de dependencia de los pequeños agricultores debido a que se imponen fuertes presiones de adaptación y reglas impersonales de higiene, calidad, standardización y homologación. En efecto, se van instalando valores de aparente neutralidad, imponiendo un actor productivo con lógicas empresariales, donde las formas de producción y comercialización de la Agricultura Familiar son percibidas como actividades que no aportan a la economía en su conjunto y por lo tanto resulta difícil visualizarla como un componente del desarrollo.

Es en este contexto donde la Agricultura Familiar desarrolla sus actividades y en muchas oportunidades reacciona ante mercados que cuestionan su forma de producir (Mauricio, 2010), generando nuevos tipos de intercambio donde las ferias francas y campesinas, las redes de comercio justo y las de agricultores urbanos resultan alternativas de producción y comercialización más equitativas, sustentables y donde el estilo de vida de la agricultura familiar y su forma de producir se hacen presentes.

Las Ferias de la Agricultura Familiar constituyen un claro ejemplo sobre la construcción de canales de comercialización orientados principalmente al consumo local situados en las cercanías de sus explotaciones y sirven al abastecimiento de la población rural. Así, la construcción de circuitos cortos entre productores y consumidores (cara a cara), las relaciones personales en el marco de la confianza, la pequeña escala, la artesanidad, la búsqueda del valor agregado y la producción desde el uso de recursos locales y propios (endogeneidad) son algunas de las acciones tendientes a lograr la colocación regular de la producción y la generación de un ingreso alternativo.

Sin embargo, las ferias no son simplemente un segmento de ventas al por menor tendiente a mejorar la posición de negociación que adquieren los productores-feriantes, sino que también representan un espacio público que tiene un importante papel en relación a la visibilidad del sector (Dos Anjos, 2005).

Por consiguiente, el desarrollo de las ferias remite a la discusión en relación a cuestiones centrales como el potencial que ostentan en cuanto espacio de producción-comercialización y las lógicas políticas que se ponen en juego. Dichos aspectos son abordados en esta investigación de la feria de la Agricultura familiar de Villa Río Hondo, en la provincia de Santiago del Estero. Allí convergen por un lado, el reciente impulso del Gobierno Nacional

de apoyar a las ferias como espacio formativo y de reposicionamiento de la Agricultura Familiar; y por el otro, la existencia (a nivel local) de algunos artesanos con trayectoria en el oficio de feriar, o sea, aquel saber hacer practicado-aprendido principalmente en la cercana ciudad turística de las Termas de Río Hondo.

El propósito es analizar los factores que actuaron como facilitadores de la experiencia, las dificultades que necesitan ser superadas, las instituciones que la hacen posible, las valoraciones de la feria que realizan los distintos actores y el aprovechamiento de los recursos materiales y simbólicos (afectividad, proximidad y reciprocidad).

Con respecto a lo metodológico, se trabajó con entrevistas a productores con el objetivo de indagar en el significado atribuido a la feria, buscando la heterogeneidad de los informantes en cuanto a la estrategia desplegada (por ejemplo, el tipo de productos que ofrecen) y la trayectoria (aquellos que tienen dos años o más de participación y los que se incorporaron recientemente). Además se realizaron entrevistas a técnicos de terreno de la Subsecretaría de la Agricultura Familiar y del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria) que participaron en el proceso organizativo, así como también al Delegado Provincial de la Subsecretaría de la Agricultura Familiar para conocer los lineamientos políticos en los que se encuadra la experiencia de Villa Río Hondo.

A partir del trabajo de campo, fue posible identificar una pluralidad de funciones de las Ferias de la Agricultura Familiar que trasciende lo comercial: esparcimiento, fortalecimiento de la solidaridad, construcción de identidades e intercambio de conocimientos.

Finalmente, se elaboraron algunas reflexiones para el diseño de las políticas públicas hacia el sector ya que las ferias no solo instalan la problemática en los circuitos de comercialización sino que además mueven el debate sobre las políticas de desarrollo rural y el rol del Estado.

2. Marco referencial

Para Colman (2009) la Feria de la Agricultura Familiar consiste en una forma de comercialización organizada de los productos excedentes del autoconsumo, la cual genera un impacto socio-económico y cultural tanto al interior de las unidades domésticas de producción del feriantes como en las localidades donde se realizan. Se trata de prácticas que pueden ser encuadradas en el marco de la Economía Social y los circuitos cortos.

Un primer problema teórico relacionado con el estudio de las ferias desde esta perspectiva es el carácter plurisémico del término Economía Social ya que la misma comprende una dimensión empírica (distintos tipos de experiencias), una dimensión conceptual (enfoques epistemológicos críticos a la economía clásica) y una dimensión propositiva (proyecto de transformación social). Las dimensiones empírica y conceptual aluden a un conjunto de emprendimientos que consideran como factor productivo clave a la fuerza de trabajo cooperativo antes que al capital invertido. Si bien dichos emprendimientos actúan en el ámbito de lo público no-estatal, pueden requerir para su desarrollo la asistencia del Estado. A su vez, en su dimensión propositiva se han ensayado distintas respuestas que van desde el mero asistencialismo a la sustitución de la sociedad de mercado (Pastore, 2006).²

Debido a los múltiples significados que asume el concepto, el presente trabajo toma de la Economía Social el enfoque plural que reconoce la coexistencia de distintos principios económicos (intercambio, redistribución y reciprocidad) y de distintas formas de propiedades (lucrativas, estatales y asociativas) promoviendo una sociedad *con* mercado pero no *de* mercado (Coraggio, 2008).

En este marco, las Ferias de la Agricultura Familiar son concebidas como un tipo de comercialización que forma parte de las experiencias desarrolladas por los sectores populares del espacio rural.³ Esto implica reconocerles una lógica económica que promueve la reciprocidad, a diferencia del

² Dentro de la dimensión propositiva, una primera opción considera que el principal motor de la economía sigue estando centrado en el sector privado lucrativo. De allí que la Economía social es concebida como un complemento focalizado de las políticas asistenciales coyunturales, básicamente por medio de programas de fomento a la microempresa. La segunda respuesta propone a la ES como complementaria de la economía lucrativa y el sector estatal. Por tanto, la posibilidad de expansión de la ES no habría que buscarla solo en los efectos de las crisis, sino en las potencialidades de ciertas actividades que no han sido de interés estatal ni privado, por ejemplo aquellas actividades económicas realizadas en territorios alejados. La tercera opción considera que la ES no sólo posee la capacidad de atender ciertos sectores que el capital y del Estado desechan, sino también tendría la potencialidad de impulsar procesos de reforma a partir de las trayectorias de lucha y el desarrollo de nuevas formas de gestión basadas en la defensa del medio ambiente, el respeto a los Derechos Humanos y la transparencia. La cuarta perspectiva plantea a la ES como una alternativa sustituta a la economía del capital más que como una opción de complementariedad (Pastore, 2006).

³ Generalmente se suele distinguir por un lado, la Economía Social Tradicional para hacer referencia a las cooperativas, mutuales y asociaciones; y por otro lado, la Nueva Economía Social. Esta última comprende i) aspectos productivos como emprendimientos familiares, empresas recuperadas, etc.; ii) formas de intercambio como experiencias de ferias francas, comercio justo, clubes del trueque; iii) aspectos financiero como entidades de microcrédito y iv) formas societales como empresas sociales, huertas comunitarias, entre otros (Pastore, 2006).

principio de intercambio propio de la empresa capitalista y del principio de redistribución de la economía del Estado.

En lo recíproco está implícita la idea de don, que es una prestación que se realiza en un solo sentido, en tanto se configura como un acto “gratuito”. Entre los dones, Mauss y Bourdieu incluían no solo los presentes materiales, sino también las fiestas, las comuniones, las limosnas y las herencias. Si bien el don se opone al intercambio mercantil no es un acto desinteresado. El don es un acto motivado por el interés en el otro, por el reconocimiento del otro (Rodríguez, 2010).

Es importante señalar que las prácticas de reciprocidad son pre-existentes a la intervención de los programas de desarrollo pero que pueden ser potencializadas. Aquellas disposiciones se encuentran en varias tareas, tales como en la identificación de problemas compartidos y en la cooperación para enfrentar necesidades comunes; por ejemplo en el acondicionamiento del lugar donde se realizará la feria.

Por otra parte, las Ferias de la Agricultura Familiar pueden ser explicadas desde las lógicas de los Canales Cortos de Comercialización (CCC) y de los mercados locales. Es decir, aquellas formas de circulación agroalimentaria en las que solo se dan uno o ningún intermediario entre producción y consumo. El término Circuito Corto usualmente se lo utiliza para hablar de espacios comerciales en los que el productor mantiene un alto poder de decisión en cuanto a qué y cómo se produce y en cuanto a la definición del *valor* de lo que produce. A su vez, este tipo de experiencias suele compartir una base territorial común entre producción y consumo que permite una relación directa entre ambos, por lo que se suele hablar de *mercados locales* como un concepto ligado al de CCC (López García, 2011).

La venta en los mercados locales se realiza en las cercanías de las pequeñas explotaciones agropecuarias y sirven al abastecimiento de la población aledaña. Entre otras formas, abarca a las Ferias Francas, los sistemas de venta domiciliaria y la venta en rutas o lugares de concentración momentánea de consumidores (Cattaneo y Lipshitz, 2008).

Actualmente, existe una combinación de esas fórmulas tradicionales de distribución de la producción agraria en las intermediaciones de la chacra y otras modalidades novedosas ligadas a los *Grupos de Consumo* de alimentos ecológicos o la distribución directa de los productores a comedores de instituciones públicas denominado *Consumo Social* (López García, 2011).

En cambio, los circuitos largos son propios de los mercados dominantes, con una fuerte participación de los supermercados, que tienen técnicas

de mercadeo sofisticados, incluyendo productos con significativos procesos de transformación y un sistema de abastecedores mayoristas. Los mismos se caracterizan por un alto nivel de integración vertical. En materia agroalimentaria, esta forma de articulación ha sido descrita como un sistema que articula los siguientes agentes: i) el agricultor primario relativamente especializado; ii) los distribuidores: que incluye a acopiadores y mayoristas; iii) los transformadores industriales de productos; iv) los vendedores al detal: supermercados y tiendas de abasto; y finalmente v) el consumidor (Chiriboga, 2004).

Los circuitos largos provocan la tendencia a la homogeneización del producto, es decir que no están diferenciados en función de su origen y su producción es condicionada por grandes agroindustrias transnacionales que dominan las tecnologías generando el avance de una “agricultura sin agricultores”, caracterizada por prácticas asociadas a la expansión de la producción de cultivos transgénicos y la expulsión masiva de campesinos (Teubal, 2009).

En este contexto, la operatoria en mercados locales es parte de la resistencia de dichos sujetos sociales. Asimismo, el significado de las ferias debe ser pensado desde la perspectiva territorial, entendiendo al territorio como un espacio atravesado por relaciones de poder y disputa entre modos de vivir y producir en esos lugares, donde hay territorialidades que son excluyentes; es decir, constituidos por tensiones basadas en cosmovisiones antagónicas (Fernández, 2004, Caballero *et al*, 2010). En este sentido, la feria es una resistencia al modelo de territorialización del supermercado y el agronegocio. Igualmente, la Feria expresa la lucha por defender un modo de vida en el campo, pero también se disputa el acceso a la ciudad y al espacio público.

3. Algunas herramientas para analizar las Ferias de la Agricultura Familiar

Luis Caballero *et al* (2010) proponen tres puertas de acceso al análisis de las ferias: a) el sujeto social que impulsa estas experiencias; b) las características del proceso económico y c) el proyecto político que expresan. Dichos aspectos son mirados desde una doble perspectiva: una *histórica*, que permite observar el fenómeno en relación a los procesos previos y una *prospectiva*, que induce a reflexionar sobre sus posibles proyecciones, los obstáculos y las potencialidades de las experiencias.

En cuanto al sujeto social, el término Agricultura Familiar hace referencia a un conjunto de identidades (pequeño productor, minifundista, campesino, chacarero, colono, trabajador rural sin tierra, pueblos originarios, etc.) y diversas actividades (agrícolas, pecuarias, pesqueras, forestales, artesanal y recolección). Mientras que algunas definiciones hacen énfasis en las caracte-

rísticas productivas, otras acentúan la “forma de vida” como los documentos del FONAF (Foro Nacional de la Agricultura Familiar)⁴.

Sin pretender agotar la discusión sobre el concepto de Agricultura Familiar, en este trabajo interesa encuadrarla en el marco de la Economía Social ya que la lógica de su reproducción depende del factor trabajo, el desarrollo de estrategias diversificadas y los comportamientos adaptativos (Caballero *et al*, 2010).

En esta dirección, se indaga sobre los valores o principios que están presentes en las ferias, explícita o implícitamente, y sobre la forma en que confrontan o coexisten con los valores hegemónicos del mercado; por ejemplo, se aborda la presencia o no de una visión agroecológica de la producción y el trabajo solidario.

Con respecto a la segunda puerta de entrada, relacionada a la lógica del proceso económico, se plantea el desafío de mostrar las formas de organización para hacer frente a las necesidades comunes (la alimentación, la recreación, etc.) indagando sobre las estrategias para organizar el trabajo; los canales de provisión de insumos; las formas de determinación de los precios (los cuales representan acuerdos colectivos relacionados con el costo de producción, las necesidades y las expectativas de los feriantes).

La tercera puerta de entrada a las ferias es la referencia al proyecto político en el que se insertan. Se trata de comprender su posible rol emancipador, recuperando la idea de “hermenéutica de las emergencias” (Santos, 2006) para explorar las “señales de futuro” de otra economía posible.

En suma, se trata de detectar cual es el sentido que los propios feriantes atribuyen a la Feria, en tanto puede constituirse en un aporte a la economía doméstica, pero también un espacio de encuentro y de lucha, donde se plantean reivindicaciones sectoriales, demandas de una mayor visibilidad de la Agricultura Familiar y atención por parte del poder político; a su vez, construyen un espacio público donde la mujer rural puede disputar con los relatos que la confinan exclusivamente al espacio privado.

⁴ La definición propuesta es de tipo cualitativa dado que define a la Agricultura Familiar como “... una forma de vida y una cuestión cultural, que tiene como principal objetivo la reproducción social de la familia en condiciones dignas, donde la gestión de la unidad productiva y las inversiones en ella realizadas es hecha por individuos que mantienen entre sí lazos de familia, la mayor parte del trabajo es aportada por los miembros de la familia, la propiedad de los medios de producción (aunque no siempre la tierra) pertenece a la familia, y es en su interior que se realiza la transmisión de valores, prácticas y experiencias” (FONAF; 2007)

4. Las Ferias de la Agricultura Familiar en el contexto político nacional.

En Argentina, las primeras ferias francas que han servido como modelos a otras provincias surgen a mediados de la década del 90 en la provincia de Misiones⁵. Las mismas estuvieron inspiradas a su vez, en experiencias similares surgidas en el sur de Brasil.

Las ferias misioneras representaron una reacción a la crisis de la economía regional provocada por la caída de los precios de la yerba mate, del té, del tabaco y demás cultivos industriales a los que se dedicaban los pequeños productores. A ello hay que sumarle la supresión de los mecanismos institucionales de regulación y la creciente concentración de la riqueza que acentuó la exclusión del sector (Caballero *et al*, 2010).

El Estado nacional, en especial, ha venido apoyando económica y técnicamente a las ferias desde los años 90, aunque por ese entonces en el marco de las políticas focalizadas de contención social, y por consiguiente, como una respuesta a la creciente pobreza y exclusión social, tanto en la periferia urbana como en el campo. Programas como el PSA (Programa Social Agropecuario) dependiente de la SAGPyA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación) o el Prohuerta del INTA con financiamiento del Ministerio de Desarrollo Social, dan cuenta de este tipo de apoyos.

Ya entrado el nuevo siglo, con la crítica de las políticas neoliberales y la recuperación de la retórica de corte nacional y popular, el Estado Nacional muestra algunas iniciativas en el sentido de promover el apoyo al sector de la Agricultura Familiar, no solo como sujeto de políticas asistenciales, sino también de políticas de promoción de sus capacidades económicas. En este marco, en diciembre del 2005 se creó Foro Nacional de la Agricultura Familiar (FONAF) en la ciudad de Buenos Aires con la participación de más de 100 organizaciones de todo el país. La SAGPyA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación) reconoció este nuevo espacio mediante la Resolución 132/06 de marzo del 2006. A lo largo de ese año se realizaron varias reuniones regionales que desembocan en un plenario celebrado en la ciudad de Mendoza en el mes de mayo, con más de 450 organizaciones presentes que realizaron un primer diagnóstico compartido del

⁵ Una de las ferias más grandes es la de Oberá, nacida en 1995, que cuenta con personería jurídica, con reglamento interno de funcionamiento y con una comisión directiva elegida por sus asociados. El surgimiento de las ferias Misioneras fue el resultado de la convergencia de distintos actores: el Programa Social Agropecuario (PSA), el Instituto de Tecnología Agropecuaria (INTA), el Movimiento Agrario Misionero (MAM), la Pastoral Social y otras ONG's como el Instituto de Desarrollo y Promoción Humana (INDES).

sector de la Agricultura Familiar. Allí se definieron cuatro temas prioritarios que más adelante se instalarán como sus objetivos estratégicos: la caracterización y visibilización de la Agricultura Familiar; la necesidad de establecer políticas diferenciales; la problemática de la tierra y la reforma agraria y el fortalecimiento de las organizaciones representativas del sector.

En particular, se coloca a las ferias en el conjunto de las demandas orientadas al Estado: *“Acceso a la tierra es disponer del agua y el bosque para vivir, para producir. Significa también, acceso a la vida social, a la tecnología, a la educación, al sistema de salud, a las distintas formas de intercambio (trueque, ferias, otro), en síntesis acceso a una vida digna y equitativa.”* (FONAF, 2007)

Por su parte, en la provincia de Santiago del Estero, la delegación local de la Subsecretaría de la Agricultura Familiar redefinió su estrategia de intervención en base a cuatro ejes, donde las Ferias aparecen como espacios a ser promovidos:

“hay que reconocer que el impulso a las ferias se incrementó con las nuevas condiciones políticas generadas desde el gobierno nacional en los últimos años. Particularmente, la Subsecretaría definió cuatro ejes estratégicos para trabajar: 1) el agregado de valor de origen; 2) la democratización de la oferta de alimento; 3) la defensa de los recursos naturales y 4) el fortalecimiento de las organización de los pequeños productores”. Entrevista realizada al Delegado de la Subsecretaría de Agricultura Familiar en 2011.

Como se puede deducir, en el caso de Argentina, el apoyo económico, técnico, promocional por parte de los diferentes organismos del Estado a las Ferias de la Agricultura Familiar es un factor clave que debe ser considerado en estudio de experiencias particulares, como es el caso de la Villa de Río Hondo.

5. Características del territorio en el que se desarrolla la Feria de Villa Río Hondo

La Villa Río Hondo (latitud 27 35' S, longitud 64 55' O) se ubica en el centro-oeste de la Provincia de Santiago del Estero), cercano al embalse homónimo. La localidad tiene interés turístico termal y se encuentra aproximadamente a diez kilómetros de la ciudad de las Termas, principal centro turístico de la provincia. En el año 1966, la Villa Río Hondo fue reubicada a 21 kilómetros de su sitio originario donde se construyó el Dique Frontal.⁶

⁶Existen muchas leyendas sobre esta localidad. Por ejemplo se cuenta que San Francisco Solano estuvo de paso por la zona, quien dejó sus huellas y las de su mula en una piedra que aún se conserva.

La mayoría de las familias usan espacios comunitarios para el pastoreo de los animales y el aprovechamiento de la vegetación natural para la alimentación, combustibles y uso medicinal o artesanal.

Históricamente, la zona tuvo una muy alta proporción de la población que emprendía migraciones estacionales para participar de la zafra de caña de azúcar en Tucumán. A partir de la mecanización de dicho cultivo, el contingente de trabajadores estacionales o golondrina fue disminuyendo. No obstante se mantiene esta práctica, pero orientada hacia otros destinos como la desflorada de la Pampa Húmeda, la vendimia en Mendoza y San Juan y en los Valles de Río Negro, o el turismo en la propia ciudad de Las Termas de Río Hondo y en la Costa Atlántica Argentina teniendo como actividades principales la gastronomía y la hotelería (Manzanal, 1993).

En suma, las familias campesinas de Río Hondo han desarrollado históricamente una estrategia de vida con un alto grado de diversificación, articulando actividades productivas con la comercialización de sus productos en los mercados regionales de Termas y de Tucumán.

6. Los orígenes de la Feria y su evolución hasta la actualidad

La primera Feria en Villa Río Hondo se organizó en el año 2005, la cual ocupó originariamente el edificio de la Comuna Municipal, para luego cambiar varias veces de lugar hasta que en el año 2011 se traslada hasta su ubicación actual en la plaza principal, que había sido mejorada en sus instalaciones.

Un antecedente del origen de la Feria es la “Exposición de la Agricultura Familiar”, realizada en el año 2001, por productores que venían trabajando con Pro-huerta del INTA y con el PSA. Esta Exposición se reiteró durante tres años:

“La intención era identificar a personas con espíritu de feriante y estimular a que participen en distintas ferias, tanto locales como de otras provincias. Incluso, ellos comienzan a identificar ferias que le interesaría participar.” Entrevista a un Extensionista del INTA en Villa Río Hondo en 2011.

La iniciativa para su conformación inicial a partir del 2005 fue compartida entre algunos pequeños productores y los extensionistas, tanto del PSA como del INTA:

“La Feria fue y es una construcción colectiva entre los productores y las agencias del Estado. También el hecho de haber participado en la Feria en el Parque Oeste, fue motivación para pensar en una Feria propia. Los primeros feriantes fueron cerca de diez. Además

del acompañamiento del entonces PSA, el INTA aportó presupuestos para la compra de insumos (frascos, envases descartables). En su momento también hizo el aporte para el almuerzo en los días de Feria. Más adelante, se diseñó el logo que representa a la organización y se consensuó un reglamento". Entrevista a Técnica de la Subsecretaría de la Agricultura Familiar de Villa Río Hondo en 2011.

Una extensionista del PSA entiende que su pertenencia a la localidad desempeñó un papel importante en la motivación inicial de la Feria: *"Puede ser que yo, al vivir en la zona, haya influido en motivar la conformación de la Feria. Al comienzo no existía una comisión para la Organización de la Feria."*

Originalmente, los productos que se vendían en la feria eran dulces, tunas, huevos caseros, cestería, miel de abeja, artesanías en madera, panificados, quesos, arropes y conservas. En los años subsiguientes, la cantidad de feriantes y su oferta se diversificó. Aparecen nuevos productos como tejidos, trabajos en cuero, arcilla y bijouterie. Para eso fue importante el apoyo del INTA, del PSA y de algunas ONGs en términos de capacitaciones en la elaboración de Licores Caseros, elaboración de alimento balanceado, tejidos en telar, teñido con tintes naturales, marroquinería, alfarería, la capacitación sobre buenas prácticas en elaboración de quesos de cabra y la instrucción en Mejoramiento de Productos para la participación en Ferias.

En el año 2009, los feriantes debatieron y consensuaron un reglamento de funcionamiento interno. Este reglamento se refiere a tres puntos principales: el espacio físico, los productos y los feriantes. Su contenido se refiere a normas de higiene, modo de presentación de los productos, prohibición de revender ropa y los mecanismos de decisión sobre las fechas, los horarios, los productores participantes y los precios. En el reglamento se dispone que los tabloneros deben estar cubiertos con manteles que permitan destacar los productos en un espacio limpio y ordenado, con disponibilidad de bolsas de residuos y cartel de identificación. Asimismo, como norma de higiene, se exige que los feriantes que venden comida tengan el pelo recogido y usen delantales y ropa limpia.

Del mismo modo, las diferentes conservas son presentadas en frascos de vidrio cuyos colores están consensuados de ante mano (rojo para dulces, verde para arropes, amarillo para licores, azul para escabeches). Se establece también que los precios de los productos deben estar en la parte de debajo o detrás del frasco con el propósito que los visitantes pregunten y se propicie el diálogo con el feriante, así pueden explicar cómo producen y cómo llegan a la feria.

También los participantes hacen hincapié que el espacio está abierto para que pueda participar cualquier persona, siempre y cuando respete el reglamento; no necesariamente tiene que ser socio de la organización.

Desde los inicios de la Feria, se destaca la importancia de los referentes locales en la construcción de lazos afectivos, marcos de confianza mutua y conocimiento del territorio. En este sentido, la feria no fue el resultado de una acción aislada y menos aún surgió de un proceso espontáneo; por el contrario, fue el resultado de distintas acciones que fueron construyendo un tejido de relaciones más o menos institucionalizadas de conocimiento mutuo entre técnicos, instituciones y feriantes. El trabajo reticular se trata de un bien de características intangibles que está presente, aunque de manera incipiente, y resulta la base para una consolidación a futuro, en tanto se mantenga y formalice en el tiempo.

7. La situación actual de la Feria de Villa Río Hondo

Actualmente, la Feria de Villa Río Hondo se realiza una vez al mes, los días sábado a partir de las 9:00 horas hasta las 16:00 horas, con un receso durante los meses de temperaturas elevadas (octubre-marzo). Cuenta con la participación de más de 30 feriantes, en su mayoría mujeres.

Con respecto a la frecuencia de la feria, existen opiniones divergentes. Para algunos feriantes, sería mejor que *“los eventos sean más seguidos porque sino la gente se olvida”*. Para otros, es correcto que se realice una vez al mes *“porque muchas veces no hay que productos llevar”*. Parece ser que el día sábado es el que presenta mayor posibilidades para la venta, puesto que los días domingos la gente visita a su familia, mientras que durante el resto de la semana se trabaja en el predio.

También desde la perspectiva de los feriantes, su ubicación en la plaza principal de Villa Río Hondo resulta adecuada porque está cerca de un salón donde se puede utilizar energía eléctrica, agua corriente y baños. Además, es un lugar de mucha visibilidad ya que es muy frecuentado por los habitantes de la Villa como también por los turistas, puesto que está al lado de la ruta principal.

Como se mencionó antes, lo que se vende usualmente en la feria es: miel, huevos, dulce de leche de cabra, artesanía en cuero (por ejemplo cintos y billeteras), entre otros. Una regla central es que no se puede revender ropa. Siempre deben ser productos realizados en la unidad doméstica-productiva.

La Feria de Villa Río Hondo también brinda un servicio de gastronomía organizado por los propios feriantes. Previamente se resuelve qué comidas

se ofrecerán, siendo las más frecuentes el locro, las empanadas y los sándwiches de milanesa. El precio es acordado entre los participantes antes de la feria para que no haya competencia entre ellos.

Por otra parte, según el extensionista del INTA entrevistado, las ventas de verduras y hortalizas frescas no es lo principal: *“ya que cada familia tiene huerta. La huerta está más orientada al autoconsumo y la reciprocidad entre vecinos. Es otra moneda”*. Esta característica diferencia a la Feria de Villa Río Hondo del resto del país puesto que el diagnóstico realizado por el INTA de 144 casos comprueba que la mayoría de las ferias ofrecen frutas, verduras y hortalizas. A su vez, las similitudes consisten en que tan solo el 11% de las ferias realizan sus ventas una vez por mes y el 17% lo hacen solo en forma estacional. En promedio se trata de ferias chicas, con 12 puestos cada una, con 20 familias involucradas y entre 50 a 100 consumidores, excepto algunas ferias del nordeste, que pueden llegar a los 120 puestos (Golsberg *et al*, 2010).

Foto 1: La Feria de la Villa con sus feriantes y la variedad de productos.



Otro aspecto a destacar del perfil de los feriantes es el papel protagónico de las mujeres. Una artesana tejedora resalta que: *“generalmente los hombres son más tímidos para vender. Ellos van y nos ayudan a poner las cosas pero no se quedan para la venta. Las mujeres tenemos más iniciativas para vender”*.

Igualmente, otro productor, refiriéndose a la estrategia de la unidad doméstica en relación con la feria, afirma que las familias prefieren que *“los*

jóvenes con más estudios sean quienes se encarguen de vender ya que se considera que son mejores para los cálculos y el manejo del dinero". Como se puede ver, estos comentarios son significativos también porque informan a cerca de las razones prácticas implicadas en la organización económica familiar.

Asimismo, hay otros actores que aprovechan la feria para vender comidas regionales o que intercambia sus productos con los compañeros. Usualmente, los feriantes, al término de las ferias, realizan trueque con los productos que no pudieron vender.

Por otro lado, existen distintas trayectorias en la tarea de feriar. Algunos feriantes participan de otras Ferias regionales como el "Festival de la Algarrobeada" en la localidad de Cerro Colorado (Córdoba) donde vienen participando desde el año 2006. La Subsecretaría de la Agricultura Familiar les ayuda con pasajes, comidas, costo del stand y envases. Otros feriantes han participado de las Ferias del mes de julio en la ciudad Capital de Santiago y en la Feria "Manos de Mujer" en la ciudad de Las Termas de Río Hondo.

Foto 2: Los feriantes junto a compradores



En cuanto a los clientes, generalmente son los pobladores de la Villa, aunque también concurren algunos turistas que vienen de paso. La cantidad promedio de visitantes es de 50 personas.

La feria se promociona mediante el uso de carteles y la difusión de publicidad en la radio FM local. Los feriantes buscan establecer una relación cercana con el cliente extralocal, lo que incluye la explicación sobre las caracte-

terísticas del producto, los modos de producirlo y su origen campesino. Una tejedora feriante lo expresa del modo siguiente: *“Cada una tiene su particularidad. Nosotros ofrecemos lo que tenemos. Mostramos los productos de la zona. Nosotros llevamos nuestro cartel y explicamos.”*

En suma, la feria de Villa Río Hondo hay que ubicarla en un contexto donde existe una red que intenta generar nuevas formas de comercialización mediante una oferta diversificada y consensos en los precios para evitar la competencia. A su vez, la feria permite una atención personalizada para el intercambio entre el feriante y el consumidor, quien puede ser informado sobre lo que está comprando.

8. La valoración que los diferentes actores hacen de la Feria de Villa Río Hondo

Desde la perspectiva de los actores, la realización de las ferias posee una gran potencial en términos organizativo, productivo y comercial. Aspecto que aparecen íntimamente vinculados.

En cuanto a los técnicos, ellos expresan que las ferias abren la posibilidad de capacitación por parte de los feriantes a partir de la incorporación de técnicas y procesos tendientes a generar un mayor valor agregado a la producción primaria y mejorar la calidad de los productos, por ejemplo mediante la pasteurización de los quesos de cabra. Asimismo, el hecho de haber acuñado una etiqueta para los productos es altamente significativo entre los participantes ya que genera pertenencia y los motiva a seguir trabajando en equipo.

En una visita del Intendente de las Termas de Río Hondo a la feria de Villa Río Hondo, se generó la posibilidad por parte de los productores, de acercarse y plantear diversos asuntos vinculados tanto con la feria como también con otros problemas que hacen a la vida cotidiana de los productores.

Asimismo, el valor que tiene la feria para los feriantes radica en la posibilidad de ofrecer productos ecológicos o respetuosos de la naturaleza, tanto en la provisión de recursos como en las técnicas empleadas.

Del mismo modo, los artesanos asumen como positivo la no externalización, o sea la importancia de mantener márgenes de autosuficiencia y no depender de los recursos de agentes externos, basando su desarrollo en un balance de recursos donde se prioriza lo local. En opinión de la tejedora, el impacto de la feria es muy positivo porque *“se puede vender mejor. Tiene más valor el trabajo de una.”*

No obstante, para otros feriantes la importancia de participar en la feria local radica, más que colocar su producto en la feria, en ir incorporando una estrategia comercial y expandir su producción a otras ferias con mejores precios. Don Ramón Gonzales[□], un artesano de productos de cuero de muy buena calidad (lazos, cintos, fundas para celulares, monederos, etc.), considera que las ferias son beneficiosas si saca más de un jornal por día y alcanza a cubrir los gastos que le genera su participación. El curtidor reconoce que la importancia de la feria es que, además de vender, se intercambian ideas y sirve para aprender: *“Cuando me preguntan cómo trabajo yo también explico, aunque no me compren nada. Yo les inculco a mis hijos que el diálogo es muy importante. Quizás no compre en ese momento pero luego volverá.”*

Por otro lado, hay que hacer referencia a la valoración que realiza el delegado provincial de la Subsecretaría de la Agricultura Familiar, cuando señala que:

“Nosotros tenemos una decisión política que, con los tiempos que sean necesarios, la pequeña producción rural recupere posicionamiento. Es una lucha despareja, es casi lo de David contra Goliath (grandes concentraciones); justamente por eso el Estado tiene que tener un papel equilibrador, promoviendo que el espacio perdido sea recuperado”. Entrevista realizada al Delegado Provincial de la Subsecretaría de la Agricultura Familiar en 2011.

Finalmente, existen desafíos en materia de sanidad. Es importante avanzar con acuerdos con los municipios y también con el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria), quienes han creado un servicio especial que se llama SENAF (Servicio de Sanidad Agropecuaria para la Agricultura Familiar):

“Estamos trabajando para modificar algunos protocolos sanitarios que no se adaptan con la pequeña producción. Es lógico pensar una doble legislación, como tienen otros países, una para las grandes empresas y otras para las pequeñas empresas”. Entrevista realizada al Delegado Provincial de la Subsecretaría de la Agricultura Familiar en 2011.

Por consiguiente, se observa que las perspectivas de los distintos actores reconocen la importancia de posicionar a los productos de la Agricultura Familiar para mantener una identidad propia y no ser incorporados a los standards y parámetros de calidad del sistema agroalimentario de los hiper y supermercados. En este sentido, a pesar del pequeño espacio que ocupa la feria en relación a los circuitos de comercialización largo, su significatividad radica en la posibilidad de crecer para disputar territorio en la construcción de un modelo de desarrollo rural más inclusivo.

9. Más allá de lo comercial

La feria es algo más que un espacio de intercambio de productos, es además un espacio donde se presentan una pluralidad de funciones que pueden ser agrupadas de la siguiente manera:

- *Función de esparcimiento*: “Las ferias ayuda, de paso nos divertimos” (Quesera). Esta frase muestra el valor que se atribuye a la posibilidad de contar con espectáculos artísticos de canto y baile, de intercambios folclóricos y de entretenimiento. De allí que los feriantes consideran importante que su organización pueda acceder a un equipo de música y también tener un animador. De la misma forma, otro atractivo de entretenimiento son los juegos como el bingo o loterías.

- *Función solidaria*: este espacio sirve para realizar actividades en beneficio de algún miembro que requiera el esfuerzo conjunto para obtener recurso, como ser mediante una rifa: “tenemos dos personas en la organización que están enfermas. Ahora estamos viendo para ayudarlos.” (Tejedora)

- *Función de construcción de identidades*: la feria ayuda a construir una identidad compartida con sentido de pertenencia a un territorio y un orgullo por un estilo de vivir y producir. Asimismo, la feria expresa el reconocimiento de una historia particular y de valores que la hacen única.

- *Función de intercambio de conocimiento*: “en las reflexiones que venimos haciendo sobre el trabajo en las ferias, los participantes valoran en primer lugar la generaciones de nuevos vínculos y los intercambios de saberes más que las ventas” (Extensionista del INTA). Las ferias suelen ser espacios de capacitación y aprendizaje colectivo.

- *Función política*: engloba y articula las anteriores. Tiene que ver con la visibilidad de sector y posicionamiento de sus potencialidades y demandas para un modelo de desarrollo rural alternativo. Es un espacio abierto que permite el contacto directo con funcionarios de gobierno.

Por consiguiente, la feria además de ser un lugar de reencuentro entre compañeros, amigos y familiares en un lugar público donde se comparte una comida o una charla amena, es también el marco en el que se van definiendo algunas líneas de trabajo y estrategias de fortalecimiento del sector.

10. A modo de cierre: la emergencia de las ferias de la Agricultura Familiar y los desafíos de otra economía posible

A partir de una experiencia muy pequeña pero altamente significativa, en este trabajo se indagó sobre las lógicas de las prácticas comerciales de

los Agricultores familiares que defienden y promueven valores relacionados a la economía social.

En términos prospectivos, hay que destacar las expectativas por parte de los feriantes en cuanto a la continuidad de la feria y su desarrollo: *“esperamos que siga creciendo, que sigamos participando, que ingresen nuevos compañeros. Para que venga más gente”* (Quesera).

Aquel deseo no sólo habla de la expansión de la feria en términos del número de feriantes sino también del incremento de los productos que se llevan a dicho espacio. Este tipo de mercado *tan local* puede ser visto fundamentalmente como una prolongación de las relaciones familiares para la incorporación de nuevos consumidores o *consumidores bien próximos* (Wilkinson, 2008). Nuevamente el parentesco, la vecindad y los conocimientos personales en el marco de la confianza constituyen la base, en una primera instancia, para la consolidación y ampliación de la feria.

No obstante, el fortalecimiento de las ferias de la Agricultura Familiar dependerá también de otros factores como ser los nexos con las pequeñas industrias rurales, por ejemplo la transformación de la leche de cabra en quesos o la identificación de un producto “líder” en la zona, reconocido por el mercado.

En cuanto a la implementación de medidas de inspección sanitarias y control de calidad de los emprendimientos artesanales se requieren no solo de normas y organismos específicos para la Agricultura familiar sino también el compromiso de los productores para cuidar y mejorar la calidad de los bienes ofrecidos, pues como explica un técnico entrevistado, *“si el producto no es bueno no solamente tendrá la queja del cliente y éste dejará de ir a la feria, sino les va decir a los demás que no compren”*.

En cuanto a la forma de presentación del producto, es un tema que se viene trabajando en la feria de Villa Rio Hondo pero que es necesario seguir profundizando. Actualmente, los productos poseen una etiqueta identificadora que los participantes consideran un avance, aunque todavía carece de características nutricionales o de datos que justifiquen que se trata de un producto diferencial. Tampoco se encuentran sellos sobre la certificación de calidad del producto.

Todos estos desafíos requieren afianzar la presencia del Estado para la construcción de estos mercados alternativos o con palabras de Polman *et al* (2010) “mercados anidados” o protegidos. Dichos mercados requieren un soporte institucional para existir y desarrollarse. Se trata de promover espacios donde las transacciones específicas toman lugar entre proveedores y

consumidores que están integrados en marcos que ofrece ciertas ventajas para ambos grupos (Van der Ploeg, Jingzhong y Schneider, 2010).

La revalorización y promoción de las ferias de la Agricultura Familiar por las agencias del Estado son un camino hacia el surgimiento de mercados alternativos que constituyen la respuesta de una agricultura que está siendo constantemente presionada por un régimen agroalimentario donde la ampliación de escala y la intensificación del capital constituyen los elementos claves.

En suma, a lo largo de estas páginas se intentó una *hermenéutica de la emergencia* (Santo, 2006) para seguir las “huellas emancipadoras” que se hacen presentes en lo concreto y en lo que está en marcha, por más pequeño e incipiente que parezca.

11. Referencias Bibliográficas

CABALLERO, Luis *et al* (2010). Los procesos organizativos de la Agricultura Familiar y la creación de ferias y mercados de economía social. Otra Economía - Volumen IV - N° 7 – 2° Semestre/2010 - ISSN 1851-4715 -www.riless.org/otraeconomia

CATTANEO, Carlos A. y Lipshitz, Héctor (2008). Criterios para solucionar problemas de comercialización de productos agropecuarios en pequeña escala. Serie de documentos de capacitación n° 3 PROINDER. Buenos Aires, 2008. Ministerio de Economía y Producción. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos.

CHIRIBOGA, Manuel (2004). Mercados, mercadeo y economías campesinas. En publicación: Ecuador Debate, no. 61. CAAP, Centro Andino de Acción Popular, Quito, Ecuador: Abril.

COLMAN, Daniela (2009). Las ferias francas. Una forma de comercialización de la Agricultura Familiar. Ed. INTA.

CORAGGIO, José (2008). La Economía social y solidaria como estrategia de desarrollo en el contexto de la integración regional latinoamericana. Ponencia presentada en el 3er Encuentro Latinoamericano de Economía Solidaria y Comercio Justo organizado por RIPESS en Montevideo, octubre 2008.

de DIOS Rubén (2006). Diagnóstico sobre los pequeños productores, trabajadores transitorios y Pymes empobrecidas y grupos vulnerables de la Provincia de Santiago del Estero. Santiago del Estero: Informe Final de consultoría del PROINDER

- DOS ANJOS, Flavio; Godoy, Wilson y Caldas, Nadia (2005). *As Ferias livres de Pelotas sob o imperio da globalização: perspectivas e tendencias*. Pelotas, Brasil: Editora e Gráfica Universitária.
- FERNANDES, Bernardo (2004). "Cuestión Agraria: conflictualidad y Desarrollo territorial." Texto preparado para el Seminario en el Lincoln Center Institute of Land Policy en Harvard University.
- FONAF (2007). Documento Base del FONAF para implementar las políticas públicas del sector de la Agricultura Familiar, Disponible en http://www.fonaf.com.ar/documentos/Documento_base_FoNAF.pdf
- GOLSBERG, Celeste *et. al* (2010). *Agricultura Familiar: ferias de la Agricultura Familiar en la Argentina*. 1a ed. Buenos Aires: Ediciones INTA.
- INDEC 2012. Censo Nacional de 2010. Resultados por provincia y Departamento: Santiago del Estero [online]. Disponible en: http://www.censo2010.indec.gov.ar/CuadrosDefinitivos/P5-D_86_147.pdf [Accedido el 14 de Mayo 2012]
- LÓPEZ GARCÍA, Daniel (2011). Canales cortos de comercialización como elemento dinamizador de las agriculturas ecológicas urbana y periurbana. Ponencia presentada en el *I Congreso Estatal de Agricultura Ecológica Urbana y Periurbana*. Cáceres
- MANZANAL, Mabel (1993). *Estrategias de sobrevivencia de los pobres rurales*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina S.A.
- MAURICIO, Betina (2010). Ferias de la Agricultura Familiar. *Revista Fruticultura & Diversificación* Nº 63. INTA. Alto Valle.
- PASTORE, Rodolfo (2006). "Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social." Documento 54. Publicación del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo. Facultad de Ciencias Económicas. UBA. Ciudad de Buenos Aires.
- POLMAN, Nico *et al* (2010). Nested markets with common pool resources in multifunctional agriculture. *Rivista Di Economía Agraria* LXV, n. 2. J.
- RODRÍGUEZ, Francisco (2010). Los agricultores familiares y las relaciones de mercado: un análisis a partir de la feria franca de San Vicente. Ponencia presentada al VIII Congreso Latinoamericano de Sociología Rural, Porto de Galinhas, 2010. (Rodríguez, F. 2010).

SANTOS, Boaventura de Sousa (2006). *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social (encuentros en Buenos Aires)*. Buenos Aires: CLACSO. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar>. [Accedido el 14 de Mayo de 2013]

TEUBAL, Miguel (2009). "Peasant Struggles for land and agrarian reform in Latin America." En Akram-Lodhi, H. and Kay, Cristóbal. *Peasants and Globalization*. Londres, Inglaterra: Routledge.

VAN DER PLOEG, Jan; Jingzhong, Ye y Schneider, Sergio (2010). Rural development through the construction of nex, nested markets: comparative perspectives from China, Brazil and the European Union. *The Journal the Peasant Studies*, Vol 9, N° 1. Ed. Routledge.

WILKINSON, John (2008). *Mercados, redes e valores. O novo mundo da Agricultura Familiar*. Ed. UFRGS. Porto Alegre. Brasil.