

Análisis de Circuitos Cortos de Comercialización en San Juan

Las tramas organizativas de las ferias de Jáchal y Calingasta

Analysis of Short Circuits in San Juan

The organizational networks of Jachal and Calingasta's fairs

Jimena Andrieu | ORCID: orcid.org/0000-0002-6437-2423

jimenandrieu@gmail.com

INTA - UNSJ

María Brignardello | ORCID: orcid.org/0000-0002-1466-4241

maria.brignardello@gmail.com

Universidad del Salvador

Argentina

Recibido: 19/07/2019

Aceptado: 14/02/2020

Resumen

En la provincia de San Juan, Argentina, se han puesto en marcha una serie de ferias que propician un tipo de intercambio que se presenta al margen de los circuitos dominantes de compra-venta de alimentos y productos agropecuarios, generando Circuitos Cortos de Comercialización. En este artículo nos proponemos conocer los agentes e instituciones involucrados en la práctica cotidiana y organizativa de las ferias de los departamentos de Jáchal y Calingasta, que han permitido que las mismas se mantengan en el tiempo. La estrategia metodológica planteada es cualitativa e implicó la realización de entrevistas y el análisis de documentos escritos.

A partir del estudio realizado, se observa que la organización y voluntad de los/as feriantes por sí solos no permite asegurar la continuidad de las ferias. En los casos estudiados, aparecen tramas organizativas dinámicas, desde espacios estatales descentralizados y otras instituciones no estatales. Ambas instancias brindan apoyo para la organización, vehiculizan el acceso a fuentes de financiamiento, y aportan recursos técnicos, que fueron indispensables para poner en marcha y continuar estas ferias. Por esto se concluye que estas redes asociativas, aunque móviles, resultan elementos indispensables para comprender cómo estos Circuitos Cortos de Comercialización se mantienen en el tiempo (y cómo cambian).

Palabras clave: Ferias, Circuitos Cortos de Comercialización, Redes

Abstract

In the province of San Juan, Argentina, a series of trade fairs that promote a type of exchange that is presented outside the dominant circuits of trading has been launched, proposing a type of short circuits of marketing. In this article we propose to know which are the agents and institutions that allow the fairs of the departments of Calingasta and Jáchal to be maintained over time. The methodological strategy proposed is qualitative and involved conducting interviews and analyzing written documents.

It is observed that the organization and will of the traders alone does not guarantee the continuity of the fairs. In the cases studied, appears associative frames from the decentralized State and other non-state institutions. They provide support for the organization, provide access to financing sources and provide technical resources, which were essential to start and continue these fairs. This concludes that these associative networks, although mobile, are essential elements to understand how these short circuits of marketing are maintained over time (and how they change).

Key words: Short Circuits, Social Networks, Fairs.

Introducción

Los **Circuitos Cortos de Comercialización (CCC)** han tenido un fuerte impulso en las últimas décadas, en el marco de las crisis de las formas tradicionales y hegemónicas de intercambio, y de la mayor visibilización económica y política de sectores productivos como la agricultura familiar (Gutti, Kababe y Peirano, 2018; Manzanal y Schneider, 2011). Desde los debates académicos, este empuje ha sido revisado y discutido a partir de evaluar los grados de autonomía y niveles de éxito de dichos espacios de comercialización (Alcoba, y Dumrauf, 2011; CEPAL, 2014, 2016; Craviotti y Palacios, 2013; INDAP y RIMISP, 2015; López García, 2012).

En este artículo nos proponemos estudiar cómo dos ferias, entendidas como CCC, se han organizado y se han mantenido en el tiempo: la **Feria de la Asamblea Rural de Jáchal** (San José de Jáchal) y la **Feria Manos de Calingasta** (Barreal), ambas situadas en la provincia de San Juan, Argentina. En este sentido, el trabajo aborda principalmente desde la perspectiva de los/as feriantes las tramas organizativas que han servido de apoyo para la puesta en marcha y la continuidad de estas ferias, visibilizando los lazos de interdependencia que permiten (o no) dicha construcción y las acciones de tipo *cierre social* (Núñez, 2009) con las que ciertos grupos se reservan para sí ciertas posiciones.

El enfoque metodológico es cualitativo y se basa en el análisis de entrevistas semiestructuradas realizadas a feriantes de las dos ferias men-

cionadas entre los años 2017 y 2018. También se incorpora como elemento de apoyo a las entrevistas la mirada de los técnicos de distintas instituciones que han acompañado estas experiencias. Para esto, se recurrió a entrevistas informales y a informes técnicos realizados por los mismos. Se buscó conocer cómo surgieron estos espacios de comercialización y cómo han cambiado desde sus comienzos. Asimismo, se puso especial énfasis en la forma de organizar la actividad en su cotidianeidad; subrayando los eventos coyunturales o excepcionales, así como también las redes de interdependencia generadas en el proceso. Se incorporan al análisis los reglamentos de ambas ferias -el vigente al momento de realizar este trabajo y su versión previa-, buscando visibilizar modificaciones, nuevas reglas y negociaciones varias.

El presente estudio se construye en primera instancia a partir de ciertos aportes teóricos pertinentes a la temática, luego se presenta la metodología y se describen brevemente los casos considerados. Posteriormente se lleva adelante un análisis de las tramas organizativas subyacentes al funcionamiento de las ferias estudiadas, poniendo el eje especialmente en tres dimensiones relevantes de los CCC: intermediación, cercanía y capital social. Finalmente se elaboran algunas conclusiones preliminares en torno a estos espacios de comercialización y se plantean futuras líneas de investigación a partir de este primer acercamiento a estas ferias.

Circuitos Cortos de Comercialización: conceptualizaciones y debates

Los CCC surgen en la década de 1960 en Japón, a partir de una iniciativa entre un grupo de madres y un grupo de consumidores que buscaban productos sin procesamiento agroindustrial¹. Luego se esparcieron por diversos países de Europa (Suiza, Italia y Francia) y de América del Norte (EEUU y Canadá) (Furnaro et al, 2015). En América Latina los CCC comienzan a ganar notoriedad entrado ya el siglo XXI bajo distintas denominacio-

nes: bioferias, ferias urbanas, ferias libres, ferias francas, mercados locales ecológicos y orgánicos, entre otras (Colman, 2009; Craviotti y Soleno Wilches, 2015; Gutti, Kababe y Peirano, 2018).

Una búsqueda constante en todas las experiencias reseñadas se vincula al intento de reducir la intermediación. En este sentido, se plantea un acercamiento de los/as productores/as y los/as consumidores/as y con ello, un fortalecimiento del entramado social y territorial. En este contexto la **Agricultura Familiar (AF)** y campesina toma una creciente visibilización (CEPAL, 2014, 2016).

En línea con esto, en Argentina encontramos iniciativas que responden a estas premisas; algunas que cuentan con un fuerte apoyo del sector

¹ Se reconoce aquí la importancia incorporar a estos estudios las perspectivas feministas y ecologistas de modo tal que se reflexione de manera crítica respecto de los vínculos entre modos de producción y las crisis de la sostenibilidad de la vida (Andrieu y Elisofoff, 2019; Pascual Rodríguez y Herrero, 2010; Puelo, A. 2013).

público a través de diversas instituciones y programas, otras que surgen desde organizaciones de base locales. A nivel nacional encontramos una predominancia de análisis de ferias francas de distintas localidades (Anello, 2014; Alcoba y Dumrauf, 2011; Carballo Gonzáles et al, 2008; Colman, 2009; Pereira, 2007), también de estudio de otras modalidades de CCC en la zona pampeana (Basco Caracciolo, 2012; Caballero et al, 2010; Craviotti y Soleno Wilches, 2015) y en otras regiones del país (Lobo et al, 2010; Paz, Jara y Nazar, 2013; Schiavoni, 2010), por citar solo algunos trabajos.

Las experiencias de las ferias que se analizan para el caso de San Juan se hallan enmarcadas en esta historia compartida dentro y fuera de las fronteras de nuestro país.

A medida que avanzamos con el análisis, nos surge el interrogante respecto de la posibilidad de vincular el surgimiento y puesta en marcha de estos espacios feriantes con los valores que representan y que pone en juego la **Economía Social y Solidaria (ESS)**. En la literatura hallamos debates respecto del rol que ocupan los espacios de las ferias, por ser un cuerpo conceptual abierto a reconceptualizaciones de forma permanente, pero también porque las ferias se presentan, incluso en estos marcos conceptuales, como caminos alternativos a los clásicos allí considerados (Altschuler y Pastore, 2015; Craviotti y Soleno Wilches, 2015; Ferrer, Barrientos y Saal, 2016; Pastore, 2014; Pastore y Altschuler, 2014).

Se destacan aquí vinculaciones asociadas a la presencia de ciertos elementos dentro de las ferias que se pueden identificar con rasgos distintivos de la ESS como: la centralidad que adquiere el trabajo sobre el capital, y los procesos de organización colectivos y democráticos (Coraggio, 2009). Características distintivas dentro de experiencias latinoamericanas que generan matices respecto de otras expresiones encontradas en

zonas de América del Norte y de otros países del mundo (Monchoz y Chavez, 2012; Laville, 2015).

De esta forma, según Pastore y Altschuler (2014), tanto en América Latina, como en Argentina, la ESS en las últimas décadas viene siendo debatida no sólo desde la práctica en sí, sino también desde lo político y lo simbólico. Con esto, ocupa una mayor atención el análisis de las formas de reproducción de la vida y su democratización, y el reconocimiento de las implicancias políticas de estos procesos sobre los proyectos de desarrollo. Así, destacamos la idea de que la feria puede constituirse como un espacio dinámico donde se construyen sentidos e identidades políticas vinculados a prácticas propias de las economías plurales, dentro de las cuales subrayamos la ESS.

Retomando los CCC, sin desconocer las numerosas conceptualizaciones que existen en relación a los mismos, se rescata aquí la existencia de cierto consenso en torno a que sus principales características se vinculan a tres elementos: la ya mencionada disminución de la intermediación (al punto de buscar eliminarla), la cercanía geográfica y el afianzamiento del capital social (Ranaboldo y Arosio, 2016).

De este modo, para este artículo, se reconstruye en primer lugar el surgimiento de ambas ferias y se describe su funcionamiento actual. En segundo lugar, se las analiza en función de dimensiones que consideramos fundamentales en las configuraciones de un CCC (intermediación, cercanía geográfica, capital social). En cada uno de estos apartados se consideran aquellas intervenciones transversales de actores estatales y otras instituciones no estatales. Esto nos permite comprender, de forma holística, la práctica concreta de la puesta en marcha de una feria y sus entramados. Finalmente se presentan algunas reflexiones finales y preguntas surgidas a partir de esta investigación.

Metodología y estudio de caso

El enfoque metodológico adoptado para este artículo es cualitativo. Dentro de este enfoque, se optó por una estrategia de estudio de caso (Yin, 1994), ya que nuestro objetivo se vincula a ampliar teoría, sin interés en la generalización estadística. Ambas ferias se consideran como estudios de casos instrumentales (Stake, 2005) para abordar la cuestión de los CCC en un contexto local específico.

Se propuso como principal fuente de datos primarios la realización de entrevistas semi-estructuradas a feriantes, que fueron definidos a nivel operacional como aquellas personas que partici-

paban de los puestos de feria en los años 2017 y 2018. No se distinguió entre tipos de productos ofrecidos, antigüedad de participación en la feria, distintos rangos de participación, o si contaban o no con producción primaria (evitando reducir el universo a productores agropecuarios o agricultores familiares).

El tipo de muestreo fue intencional y la selección de los/as entrevistados/as se realizó a partir de la técnica bola de nieve (a partir de un primer contacto con un/a feriante, se le pedía el contacto de otros/as feriantes). Se construyó una guía de pautas de entrevistas para estos feriantes y se

procedió a su análisis, a partir de una interpretación de lo enunciado en ellas, marcando ejes temáticos, por un lado, vinculados a la feria y por otro, a la participación individual en la misma. Asimismo, en aquellos casos en que los/as feriantes contaban con producción agropecuaria, se le aplicó una guía de preguntas vinculadas a este espacio productivo, abarcando aspectos técnicos y laborales principalmente.

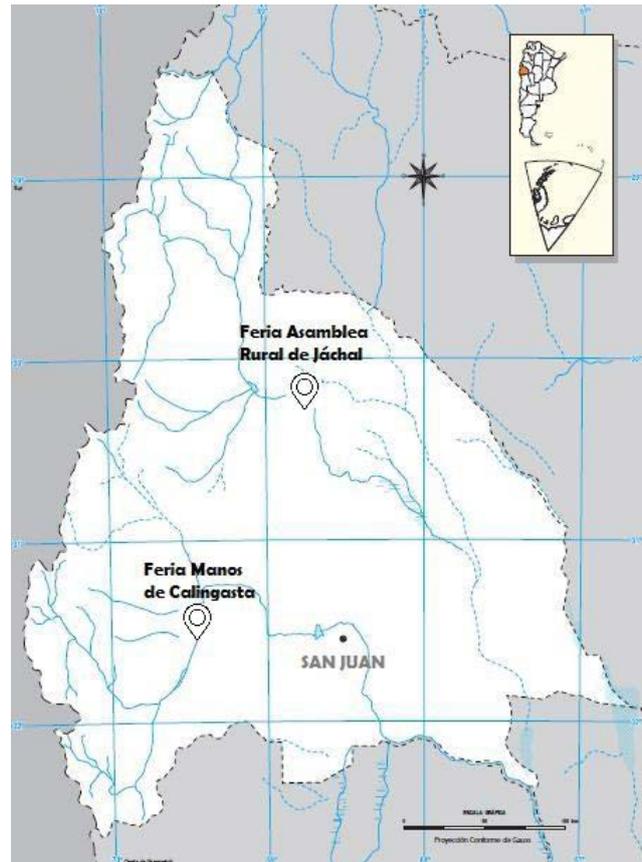
Concretamente, en el trabajo de campo se realizaron 9 entrevistas a feriantes de la Feria Manos de Calingasta, 5 mujeres y 4 hombres. En la Feria de Jáchal, se realizaron 17 entrevistas, siendo 13 mujeres y 5 hombres².

Esta información de primera mano se complementa con el análisis de documentos escritos. Entre ellos se destacan: informes de los programas de desarrollo que acompañaron las experiencias, reglamentos de funcionamiento de las ferias, e información hallada en revistas y congresos, así como también en diarios y redes sociales elaboradas por los/as mismos/as feriantes -o por otros agentes involucrados en los procesos de construcción de estos espacios-. Tuvimos acceso a dos versiones de los reglamentos de ambas ferias, advirtiendo modificaciones entre las versiones a medida que la experiencia de la feria avanzaba, lo que nos permitió revelar procesos dinámicos dentro de los reglamentos, que suelen ser documentos vinculados a elementos estáticos de una organización. En ambos casos se enuncian directrices vinculadas al funcionamiento de las ferias, por ejemplo requisitos para la participación, productos que se permiten (estableciendo de esta forma qué productos no se permiten), formas de organizar el espacio, entre otros elementos.

La zona bajo estudio involucra por tanto dos ferias de comercialización que se encuentran en dos departamentos distintos de la provincia de San Juan: Calingasta y Jáchal (Mapa N 1).

²x Debido a que no se aplicó un muestreo estadísticamente representativo, no es posible afirmar a partir de este trabajo la predominancia de la presencia de mujeres en estas ferias, como lo realizan otros estudios, aunque es notable su participación en ambos casos.

Mapa N° 1. Ferias analizadas en los departamentos Calingasta y Jáchal, provincia de San Juan, Argentina.

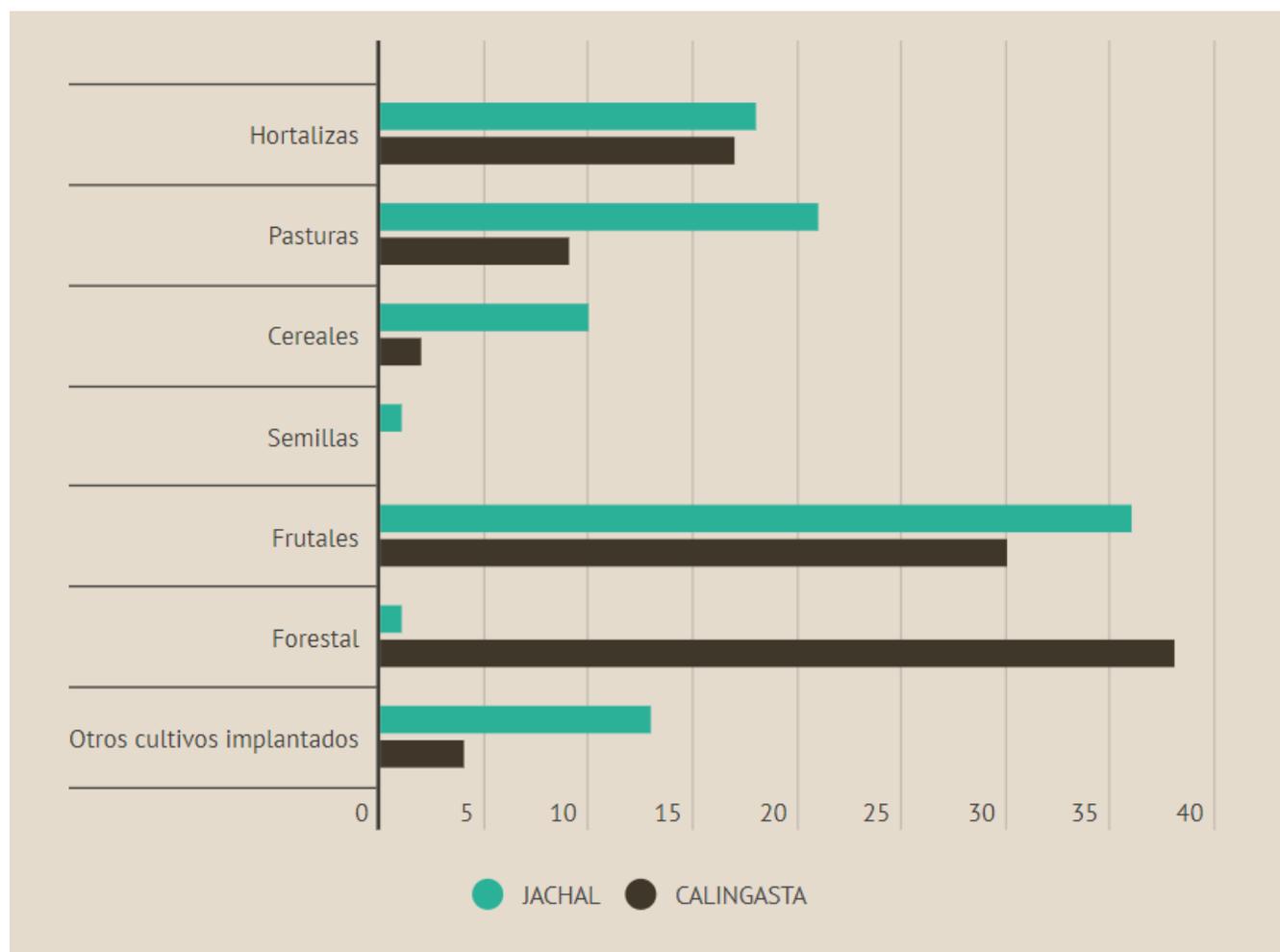


Fuente: elaboración propia a partir de información disponible en Atlas San Juan

Los departamentos en los cuales se emplazan las ferias estudiadas se caracterizan por presentar una estructura productiva con mayores niveles de diversificación relativa en materia agropecuaria respecto de aquella que existe en el conjunto de la provincia (Gráfico N 1). A su vez, se reconoce para ambas zonas una mayor importancia relativa de las explotaciones agropecuarias de menos de cinco hectáreas, identificando con ello una estructura productiva mayormente minifundista.

Gráfico N 1: Participación de la superficie implantada por

tipo de cultivo
(en % del total cultivado en cada departamento)



Fuente: elaboración propia a partir del Relevamiento del Departamento de Hidráulica (2006-2007)

Para el conjunto de San Juan, el sector **Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca** es la segunda rama de actividad económica que más población ocupa³ (Censo Nacional de Población, 2010). Esta estructura de ocupación de la provincia presenta semejanzas con las características predominantes de la zona según información disponible en los Planes Estratégicos departamentales. Se identifica en Jáchal que la agricultura constituye el tercer sector de importancia en materia de empleo de su población (el primer puesto lo ocupa el sector comercio y el segundo, el sector servicios). También en Calingasta se re-

conoce a la agricultura como importante para la ocupación de la población local; aunque dicha información no se encuentra cuantificada para este departamento⁴.

Es decir, de acuerdo con los datos económicos mencionados, se observa para ambos departamentos un rol clave de la agricultura en materia de ocupación. En este contexto debemos situar el origen y el desarrollo de las ferias, prestando especial atención a la participación de la población local en estos espacios de comercialización, que forman parte de las estrategias de reproducción social de este segmento (Bourdieu, 2011).

³ Para la provincia de San Juan se identifica la participación de las principales ramas de actividad económicas agrupadas que ocupan a la población de 14 años y más ordenada de la siguiente forma: 1) con 18,6% la rama (G) **Comercio** al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, 2) con el 12,1% la rama (A) **Agricultura**, ganadería, caza, silvicultura y pesca; 3) con el 10,2% la (C) **Industria manufacturera**; 4) con el 9,9% la (O) **Administración Pública y Defensa**; planes de **Seguro Social Obligatorio**; 5) con el 9,5% (P) **Enseñanza** y 6) **Otros** con el 39,8% (INDEC, 2010).

⁴ El **Plan Estratégico de Calingasta** se enmarca dentro del **Plan Estratégico San Juan 2030 (PESJ 2030)**, elaborado por el gobierno provincial a cargo del gobernador Uñac. Uno de sus ejes se vincula con el desarrollo local, que sirvió como base del plan específico de Calingasta.

Análisis de dos ferias de San Juan

En este apartado presentaremos los dos casos considerados considerando dimensiones y procesos que nos permiten pensar estos espacios en sus formas de funcionamiento cotidiano.

El inicio de las ferias

El surgimiento de estas ferias no se produce en un contexto aislado, ni tampoco al margen de otras instituciones. Para observar estos puntos, narraremos brevemente los entramados de agentes e instituciones que fueron condición necesaria para el surgimiento de estos espacios.

En el caso de la feria de la **Asamblea Rural de Jáchal**, se reconoce el 2010 como el año en el cual se cristalizan los esfuerzos previos de trabajo colectivo⁵. A partir de ese año, familias y grupos de productores estructuraron la base organizativa de dicha feria, que con el paso de los años se irá transformando hasta su actual conformación. Es decir, en un primer momento se organizaron ferias estacionales donde se vendían excedentes de producciones domésticas, con solamente seis puestos. En el año 2018, esta feria presenta una planificación organizada y pactada (los dos primeros viernes de cada mes) con un total de 15 puestos.

En este proceso se reconoce que la feria de la **Asamblea Rural de Jáchal (ARJ)** se consolida a partir de otras asambleas que tienen una distribución territorial amplia a lo largo de todo el departamento: se abarcan las localidades de Entre Ríos, La Frontera, Gran China, El Médano, Árbol Verde, La Falda, Patricio L. del Campo y El Rincón. Esta amplitud involucra una organización que trasciende a una única localidad. De esta manera no se puede ignorar que, bajo la denominación de feria ARJ, encontramos una diversidad de territorios, historias y producciones que -aunque compartidas- presentan heterogeneidades.

Merece ser resaltado que las distintas asambleas y la feria se retroalimentan de forma constante. A modo de ejemplo: una asamblea organiza talleres para capacitar a sus integrantes en la

fabricación de dulces, a partir de productos locales. Esto redundará en la feria, ya que le permite al/a la feriante agregarle valor a sus productos, además de que desestacionaliza los productos perecederos que vendía previamente.

A su vez, desde su surgimiento esta feria se articula con distintas instituciones, aunque con diversas intensidades. Por un lado, se identifican relaciones con instituciones gubernamentales⁶ como el **Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA)** y lo que supo ser la **Secretaría de Agricultura Familiar⁷ (SAF)**. A su vez, se reconocen vínculos con el gobierno municipal y el aporte de dicha institución a la logística de la feria en materia de transporte, que resulta uno de los problemas principales en el desarrollo de este tipo de mercados (Gutti, Kababe y Peirano, 2018). También a través de esta instancia de gobierno, mediada por ordenanza municipal, se consigue legitimar el uso del espacio público para la feria (PROFEDER, 2015). Por lo tanto, resalta la vinculación -en aspectos organizativos concretos (transporte, espacio físico) pero también en aportes menos intangibles (como facilitador de formas de organizar una asamblea, de reglas sanitarias, etc.)- de la instancia estatal local en esta feria.

Por otro lado, también se reconocen lazos con organizaciones no gubernamentales como la Asociación Quillay⁸. De esta forma, se observa el establecimiento de redes, hacia y desde, instituciones estatales y no estatales en su entramado organizacional.

⁶ Incluye distintas estructuras programáticas y vinculaciones a programas y otras agencias como: **Fundación ArgenINTA**, **Programa Prohuerta**; **Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable (PROFEDER)**; **Agencias de Extensión Rural (AER)**, etc. Se rescata también aquí vinculaciones específicas a partir de los programas de desarrollo de la **SAF** (fondos rotatorios y financiamiento de apoyo a la producción animal). Vinculaciones que, a su vez, conectarán con otros programas dependientes de distintos Ministerios a escala nacional, como por ejemplo **PRONAFE**, Turismo Rural Comunitario del MINCYT y el **Plan Nacional de Economía social CREER Y CREAR** (Allende *et al.*, 2015; INTA, 2009, 2015; Quillay, 2019).

⁷ Desde que comenzaron a funcionar las ferias hasta el año 2019, la **SAF** ha pasado por distintos procesos de modificaciones de rango y des-jerarquización, que no resultan ajenos a su participación en lo local. No obstante, esta trayectoria no constituye el objetivo de este artículo, por lo cual no se la profundiza.

⁸ La **Asociación Quillay para la promoción del Desarrollo Rural**, cuya personería jurídica data de junio del año 2000, reconoce en sus objetivos: *Brindar servicios de asesoramiento y capacitación en temas socioeconómicos, productivos, organizativos y cualquier otro ligado a la problemática de Desarrollo Rural* (Quillay, 2019: 1).

Respecto de la feria **Manos de Calingasta (FMC)** se identifican también distintas organizaciones -en materia de escala y origen- involucradas en su surgimiento. Así en el año 2012 se organizan una serie de ferias que toman de referencia la experiencia previa de trabajo entre la **Municipalidad de Calingasta**, la **SAF**, el **INTA**, y la **Cooperativa Agropecuaria Tamberías**, frente a la demanda de algunos miembros de esta última para la generación de espacios alternativos de comercialización. Luego de dicha experiencia piloto, se acuerda una agenda de trabajo conjunto que tiene a la feria como centro, de tal modo de generar un espacio local para comercializar y valorizar los saberes y el trabajo local (Tornello *et al.*, 2018), en consonancia con lo que se evidencia en otros casos de comercialización alternativos (CEPAL, 2016).

Si bien en el año 2018 quienes participan de la feria han cambiado (dado que ya no existe una equivalencia entre miembros de la cooperativa y miembros de la feria) no se desconoce la base organizativa que le dio origen, ni la existencia de otras experiencias de articulación que acontecen por fuera del espacio de la feria⁹. A su vez, se reconoce la vinculación de esta feria con otros espacios de feria de distinto alcance (local, regional y nacional).

En este sentido, la feria como práctica económica se construye como un espacio que no responde a los espacios más tradicionales de la **ESS** (esto es, cooperativa, mutual o gremio), pero que igualmente emerge canalizando proyectos alternativos de reproducción material. Estos procesos requieren de una dimensión política de legitimación y en este sentido, las ferias analizadas se han encargado de tejer tramas asociativas que les permitan construir este elemento.

Respecto del Estado, se advierten articulaciones con escalas de gobierno nacional y provincial que buscan fortalecer tanto el espacio de la feria en sí, como también las condiciones de producción de los productos que se ofrecen en la feria¹⁰. En este contexto se rescatan dos hechos de importancia política y simbólica: el registro dentro del **Registro Nacional de Organizaciones de la Agricultura Familiar (RENOAF)** en el año 2013 y la declaración de la feria de interés departamental por parte del Concejo Deliberante de Calingasta

⁹ Por ejemplo, en la actualidad la **Cooperativa Agrícola Tamberías** desarrolla en conjunto con la Universidad Nacional de San Juan y el Municipio de Calingasta un proyecto de producción de aguardiente de manzanas, llamado Calvados (Benavente Fager, 2019).

¹⁰ Aportes vinculados a distintos apoyos de financiamiento como los del programa **Prohuerta** (Proyectos Especiales), de **INTERRIS** (Fundación Argentina) y fondos rotatorios de la SAF. También, en materia nacional con la Subsecretaría de Emprendedores de la nación bajo el **Programa de Fortalecimiento al Desarrollo de Condiciones Sistémicas, Sociales y Culturales para el emprendedurismo (NODOS)**. A nivel provincial el apoyo de un proyecto de invernaderos mediante el Ministerio de la Producción.

en el año 2014. Esto permitió viabilizar procesos de legitimación en todas las escalas de gobierno (municipal, provincial y nacional), lo que puede vincularse con los principios y valores de la **ESS**. Desde esta perspectiva, se rescata el trabajo de legitimación a partir de principios de democratización y solidaridad entre distintos agentes, que sirven de sustento simbólico a las ferias, aún en contextos de recursos políticos estatales escasos, como el marco neoliberal instaurado en Argentina a partir del año 2015.

De este modo, puede observarse cómo el proceso de surgimiento de los casos estudiados se vinculó a dos fuerzas motoras. Por un lado, cierto nivel de organización de base de productores/as, vecinos/as y/o familiares. Esto es, para ambos casos la organización de base de las Asambleas constituyó un requisito fundamental, sin el cual la feria no podría haberse llevado adelante de la forma en la que aconteció. Por otro lado, las redes institucionales estatales y -en menor medida- no estatales brindan herramientas técnicas, apoyo económico y acompañamiento en el largo proceso de organizarse. En otras palabras, con la voluntad de los agentes individuales y con la organización de las bases no se alcanzan necesariamente las condiciones para el desarrollo y mantenimiento de este tipo de espacios de comercialización.

En consecuencia se considera que para la puesta en marcha de las ferias, se tejieron *redes asociativas* (Chalmer *et al.*, 1997) que vinculan actores estatales y no estatales¹¹, que se modifican continuamente, y que plantean formas de conflictos distintas que aquellas encontradas en otras formas de representación más clásicas. Este elemento se vincula a una configuración determinada (aunque no de forma determinante) del Estado, es decir específicamente a formas del Estado polisémicas, con múltiples centros de tomas de decisión, que corre del foco de la toma de decisiones de un Estado centralizado (Chalmer *et al.*, 1997).

También es importante señalar que desde el surgimiento de ambos espacios de comercialización, las articulaciones han sido cambiantes y en particular nos interesa mencionar aquí el contexto político a partir del año 2015, en el cual la participación de las instituciones gubernamentales comienza un proceso de retracción, principalmente por la retirada y/o abandono de políticas públicas de apoyo a la pequeña producción y la **AF**¹².

De este modo se advierte la complejidad del entramado social que conforma estas ferias, resultando mucho más amplia que el mero encuen-

¹¹ Chalmers *et al.* (1997) menciona actores estatales y actores sociales, no obstante, creemos que el Estado también forma parte de estos agentes sociales (aunque con características distintas) por lo que preferimos utilizar la expresión no estatales.

¹² Por ejemplo, en el año 2018 se desvinculó al 100% de las personas que trabajaban en la zona de lo que supo ser la **SAF**, culminando un proceso de desfinanciación previa de programas y de desjerarquización de dicho organismo del Estado.

tro de feriantes y consumidores en un espacio de compra-venta. Dicha trama organizativa involucra además un complejo normativo que regula hacia el interior la feria y garantiza su propio funcionamiento; cristalizado en las distintas versiones de los reglamentos, cuyas particularidades serán presentadas en el siguiente apartado.

Características, redes de ingresos y normas básicas

Las redes asociativas que permitieron el surgimiento de estas ferias, se mantienen, actualizan, o incluso se rompen, a medida que pasa el tiempo y surgen tensiones y nuevos elementos de disputa. Esto se refleja en por ejemplo, la existencia de más de un reglamento en ambas ferias: en este sentido, algunos elementos debieron ser incluidos o fueron modificados por situaciones concretas que ocurrieron en estos espacios (ARJ, 2014, 2017; FMC, 2012, 2017). Frente a esto, los/as feriantes se reúnen y determinan qué parámetros se tendrán en cuenta a futuro en cuanto a distintas cuestiones. Esto remarca el carácter móvil de los arreglos que los actores ponen en juego.

También constituyen elementos para regular la propia reproducción de la feria; que en paralelo permite interpretar la permeabilidad social de la experiencia entre el interior y el exterior, y con ello reconocer formas de *blindaje social*. Siguiendo a Nuñez (2009), nos referimos con este cierre social a la situación en la que determinados grupos sociales se guardan para sí mismos, o para aquellos que ellos decidan, ciertas posiciones sociales. De esta forma, a partir de los reglamentos y sus actualizaciones, podemos evidenciar aquellos actores que están legitimados para participar de estas ferias, y a qué tipo de participación tienen acceso, y cuáles se encuentran excluidos.

Para participar de la feria en Jáchal, se debe pertenecer a la **Asamblea Rural de Jáchal** y se exige una participación mínima de tres meses (ARJ, 2017). A su vez, esta Asamblea Rural está integrada por 10 asambleas de base en distintas comunidades del departamento Jáchal¹³. Cada grupo de cada localidad se reúne una vez al mes en una Asamblea Local y luego envían un representante a la Asamblea General de la misma. No hay cargos ni puestos específicos el interior de las Asambleas ya que son rotativos. La organización de la Asamblea está dividida en tres ejes: educación, infraestructura y comercialización. La horizontalidad aparece como un rasgo distintivo, lo que no implica considerarla de manera idealizada, ya que conlleva conflictos y tensiones en la práctica concreta. La democratización bus-

¹³ Algunas de estas Asambleas poseen sus propios locales de venta directa, por lo que no participan de forma continua en la Feria de Jáchal. Sólo forman parte durante fines de semana largos, en los cuales se observa un mayor caudal de turistas.

cada de estos espacios permite pensarlos en sintonía con las denominadas economías plurales y en particular con la **ESS** (Coraggio, 2009).

De acuerdo con las entrevistas, las redes de ingreso se vinculan a familiares, amigos y/o vecinos. Esto es, las redes que tejen primero el ingreso y luego el funcionamiento cotidiano de la feria se asientan sobre un entramado previo de relaciones de amistad y/o familiares. No obstante, se menciona en el Reglamento de Jáchal (ARJ, 2017) que la participación de base en la Asamblea debe cumplir ciertos requisitos: el pago de una cuota (que se destina a un fondo común) y una participación estable en el tiempo (tres meses como mínimo de participación) para luego acceder a este espacio de comercialización. Esta medida se justifica en que este tiempo resultará adecuado para que los distintos sujetos conozcan las formas de organización que son específicas de la feria, los requerimientos de los productos para la venta y reciban ciertas capacitaciones mínimas.

En el reglamento se detalla qué productos pueden ser vendidos en la feria, abarcando desde verduras y frutas, huevos, conservas, comidas elaboradas (pizzas, empanadas, tarta y humita), hasta artesanías (ARJ, 2017). Frente a esta diversidad, podemos considerar que el criterio de inclusión de productos es bastante amplio. También se señala qué bienes no pueden ser comercializados, aunque aclaran que si se realizan pedidos por encargo pueden ser entregados manteniendo ciertas condiciones de refrigeración (se mencionan carne, embutidos y lácteos). Como resultado del análisis del reglamento observamos que se siguen lineamientos vinculados a la higiene y salubridad alimentaria, por lo cual se plantean adoptar explícitamente medidas de seguridad cuando se trata de productos con ciertos niveles de elaboración. En cuanto a los días concretos de feria, se determina cómo deben presentarse los productos (etiqueta de la feria), el puesto de venta (gazebo, tablón, balanza) y los/as feriantes (delantal, cofia, guantes) al momento de la venta (ARJ, 2017).

De acuerdo a las entrevistas realizadas, los precios se establecen entre todos/as los/as feriantes, que acuerdan un valor que debe ser respetado en todos los puestos. Los precios suelen ser más bajos que los de otros comercios de la zona, a diferencia de otras experiencias en las que se reconocen precios mayores asociadas tanto a características del producto o del mercado (por ejemplo la valoración de productos orgánicos o agroecológicos en determinadas ferias) (CEPAL, 2016; Gutti, Kababe y Peirano, 2018). Los principales compradores son los/as locales y en menor medida los/as turistas; entre ambos, los/as feriantes notan diferencias por rubros: mientras que los/as locales compran principalmente verduras y huevos, los/as turistas suelen adquirir panificados, dulces y conservas. En caso de tener sobrantes de la producción después de la feria, los venden a comercios minoristas

(verdulerías) y en algunos casos realizan trueques con otros/as feriantes. Se rescata así la similitud con otras ferias estudiadas en Latinoamérica donde la diversificación es clave para la sostenibilidad (CEPAL, 2016), así como también la hibridación de relaciones dentro de los mercados como por fuera de ellos (Pastore, 2014). Por ello, es notable que en el reglamento se establece que *todos los productos que van a la feria deben estar etiquetados* (2014:1), lo que muestra la incorporación de mecanismos de distinción utilizados en los circuitos de comercialización dominantes. En esta línea, se reconoce en las entrevistas, el trabajo dentro de las ferias en articulación con **INTA** y la **SAF** en materia de presentación de los productos, el diseño de etiquetas, y el empaque. Puede observarse así el aporte desde instituciones estatales, a través de los técnicos locales, para la adaptación de los productos de la feria a ciertos parámetros establecidos en el comercio nacional de alimentos¹⁴.

Por otro lado, en 2018 la **Feria Manos en Calingasta (FMC)** incluye 10 puestos y tiene una regularidad mensual, aunque en los meses de verano aumenta su frecuencia. También se activa durante feriados y fines de semana largos. Según su reglamento (FMC, 2017) la máxima instancia de decisión en la feria lo constituye la Asamblea, que está conformada por todos y todas los/as feriantes miembros. Este elemento también nos remite a los principios de la **ESS**, al privilegiar un espacio asambleista como ámbito de toma de decisiones de modo tal de facilitar (aunque no por ello garantizar) la presencia de relaciones más horizontales. A su vez, la Asamblea se encuentra dividida en las siguientes comisiones internas: finanzas, logística y, difusión y comunicación. Todos/as los/as feriantes tienen un voto con el mismo valor y debe participar en, al menos, una de dichas comisiones.

En el mencionado reglamento (FMC, 2017) se autorizan determinados productos para la venta, pero no se determina qué debe producir específicamente cada feriante: esto depende de sus elecciones y posibilidades particulares. Sin embargo, esto no fue siempre así: en el primer reglamento (FMC, 2012) cuando un/a feriante tenía un producto determinado, no se podía incorporar otra persona con el mismo producto. Acá podemos encontrar otra forma de blindaje social (Nuñez, 2009), no a partir de determinar condiciones y/o características de los participantes, sino a partir de la delimitación concreta de los productos a comercializar. Sin embargo, se flexibiliza esta reglamentación con el paso del tiempo y al mo-

¹⁴ Un elemento interesante a profundizar de este proceso de diferenciación es sobre qué principios se asienta, ya que puede tratarse de elementos “externos” a la propia comunidad local, o puede tratarse de sistemas participativos de garantía, que según la CEPAL (2016) se adaptan de forma más adecuada a la pequeña producción familiar para asegurar la transparencia de los productos y de los procesos elaboradores y así, garantizar el vínculo de confianza con el consumidor.

mento de realizar este estudio, varios/as feriantes pueden ofrecer el mismo producto (FMC, 2017). El elemento que no se ha flexibilizado tiene que ver con la locación: todos los productos que se vendan en la feria deben ser producidos en la zona, lo cual profundizaremos en el apartado de cercanía geográfica. También en el segundo reglamento (FMC, 2017) se reconocen distintos niveles jerárquicos de socios, que habilitan, a la vez que restringen la participación de los mismos.

Los productos que se permiten desde el inicio de la feria (FMC, 2012) son alimentos frutihortícolas, artesanías (tejidos, talabartería, madera, hierro), mermeladas, dulces y confitados, conservas con bajo riesgo bromatológico, panificados y huevos. En el segundo reglamento se agregan miel, productos disecados, vinos de producción artesanal, plantas y manualidades (tela, piedras, plástico, cera, gomaeva) (FMC, 2017). Se observa que estas inclusiones pueden explicarse a partir de reconocer la imposibilidad de ofrecer productos locales durante todo el año. Esto último se relaciona a problemáticas productivas de la zona que van desde la condición precaria de estos productos, hasta el ciclo corto de producción a raíz de las condiciones climáticas. De este modo, los cambios observados se advierten con el propósito de incluir productos que puedan desestacionalizar la oferta y resolver tensiones entre las lógicas de venta-consumo y las condiciones de producción.

Al igual que en la **ARJ**, los/as feriantes también suelen comenzar su participación en la feria a partir de familiares, amigos/as y/o vecinos. Participan en otras ferias o circuitos de comercialización, como la **Feria Agroproductiva**¹⁵. El traslado de los/as feriantes desde Barreal corre a cargo del municipio local, pudiendo notar la articulación con instituciones estatales a partir de aportes concretos de logística en el establecimiento de redes con otros espacios de comercialización, lo que les permite ampliar su mercado. No obstante, no necesariamente pueden vender todos sus productos y elaboraciones ya que existen normativas y regulaciones más rígidas que las encontradas en la feria de Calingasta (como por ejemplo ciertos controles de calidad en las conservas).

Aquí, a diferencia de la feria **ARJ**, la mayor parte de los compradores de la feria son los turistas y, en segundo lugar, los locales. No suelen tener excedentes, y en caso de tenerlos, se ofrecen los productos en negocios minoristas. Al igual que en la **FRJ**, se identifica tramas solidarias, ya que en algunos casos los/as feriantes practican el trueque de sus sobrantes, aunque esta práctica no se encuentra de forma generalizada.

¹⁵ Esta feria se encuentra organizada por el gobierno provincial, específicamente por el **Ministerio de Producción** y se realiza una vez por mes en la Plaza del Sol del Parque de Mayo, en la capital de San Juan. Los/as feriantes de la **FMC** son trasladados hacia la misma por el municipio de Barreal.

En este caso el reglamento también menciona un sistema de etiquetado de los productos que se venden en la feria (FMC, 2017). Esto es resalta-do por los/as feriantes, ya que la etiqueta *fue un paso muy importante para nosotros y nos dio mucha tranquilidad porque ya sabemos que nuestros productos están en exposición en muchos lugares acá tanto dentro del departamento, en la provincia y fuera de la provincia* (Pérez, 2017). Esto muestra, en línea con lo encontrado en otros espacios alternativos de comercialización (CEPAL, 2016), que las estrategias de venta y comercialización que valorizan y diferencian el producto comienzan a ser un asunto de extrema relevancia aun en estos circuitos alternativos a los grandes distribuidores. En este sentido, se advierte este espacio como un híbrido que incorpora a las lógicas de funcionamiento de la feria, normas que responden a rasgos y exigencias de los mercados dominantes (respecto de qué productos son permitidos, bajo qué condiciones y qué características deben poseer) (Coraggio y Muñoz, 2018).

En las entrevistas los/as feriantes mencionan que tienen acceso a ciertas formas de crédito a partir de su participación en la feria; esto es, la feria posee un fondo propio de dinero que presta a los/as feriantes. Se señala que el dinero suele ser devuelto y que no tienen problemas para recuperar lo prestado. Además, por participar de la feria y de la Asamblea han podido ser parte de diversas capacitaciones, en cuestiones como buenas prácticas en manufacturas, conservas, micro-túneles, elaboración de almácigos, entre otros, organizadas tanto por **INTA**, como la **SAF** y/o la Municipalidad. Nuevamente resalta la importancia de los aportes de instituciones estatales en sus niveles más locales (municipal y técnicos locales de instituciones de nivel nacional). Esto resulta más evidente en cuanto a la necesidad de adaptar los productos de estos circuitos alternativos a las normas sanitarias, bromatológicas, y de elaboración y presentación de los productos del mercado alimenticio más amplio.

Luego de haber recorrido el surgimiento y algunas características del funcionamiento de ambas ferias sanjuaninas, observaremos tres dimensiones que consideramos fundamentales en todo CCC: la intermediación, la cercanía geográfica y el capital social.

Intermediación

La cuestión de la intermediación es una de las dimensiones más trabajadas en la temática de los **CCC**, sobre todo cuando se trata de productos alimenticios (CEPAL, 2016). La elaboración de alimento se basa, en esquemas agroindustriales, en la integración de distintos eslabones, desde la producción primaria, hasta el fraccionamiento y la comercialización. Uno de los elementos

considerados problemático de estos sistemas integrados se vincula justamente a la etapa de la intermediación, que conecta (en distintos grados) a un/a productor/a de algún alimento o bien agropecuario, con el consumidor. Estos planteos conceptuales se vinculan a la consolidación del mercado mundial de alimentos y la transnacionalización del capital (Teubal, 1984).

Los/as productores suelen tener posiciones desventajosas en relación al intermediario, por una diversidad de motivos: entre los que encontramos la falta de información en cuanto a los precios vigentes en el mercado, la imposibilidad de montar una logística que le permita conservar correctamente su producto y trasladarlo hasta los lugares de consumo, generar y/o mantener una estructura de venta y comercialización (a la par de trabajar la tierra o elaborar el producto en sí).

Frente a esto, los **CCC** se proponen como una forma superadora y alternativa de comprar y vender productos. Por un lado, a los consumidores les permite conocer en profundidad (si así lo desean) a la persona encargada de producir su alimento, pueden conocer el proceso productivo y en varios casos, puede lograr acceder a mejores precios -al haber eliminado a un actor de la cadena-. Por otro lado, los/as productores se encargan de vender su producción y lo hacen directamente al consumidor (no a grandes distribuidores anónimos). Por estos motivos se plantea que este tipo de esquemas benefician a ambos agentes (CEPAL, 2014), permitiendo la generación de relaciones de reciprocidad entre los mismos (Pastore, 2014).

En el caso del reglamento de la feria **ARJ** se señala sucintamente que los productos que se venden en la feria deben ser de producción de la familia que pertenece a la ARJ (2017:1). En este sentido, observamos que se limita la participación de cualquier otro/a feriante que no participa de la Asamblea, aunque produzca alimentos o productos permitidos. Identificamos que este elemento constituye un punto muy relevante de los **CCC**, ya que elimina de base la participación de agentes que se dediquen a la compra de alimentos para su reventa. Esto también posee implicancias para el proceso de conformación de precios: al no tener que valorar monetariamente la inmediatez, los/as feriantes pueden vender sus bienes a precios más convenientes para el comprador y puede ajustarlos en épocas de pocas ventas reduciendo sus propios márgenes de ganancia.

Este elemento se ha mantenido desde el primer reglamento (ARJ, 2014), lo que denota su importancia para la concepción de esta feria. En esta línea, los técnicos de la zona destacan en informes escritos que, previo a la conformación de la feria, muchos/as productores/as agrícolas vendían su producción a un intermediario en las propias fincas (Allende et al, 2016). Por tanto, la constitución de la feria buscó modificar este canal de comercialización para pasar a un contacto directo con el consumidor, evitando la interme-

diación vigente hasta ese momento. Asimismo, se señala que en un principio se vendían solo los excedentes de la producción de verdura y fruta, y que a medida que las ferias se consolidan se produjo un aumento y una diversificación de los productos ofrecidos. Esto se tradujo para los/as feriantes en un aumento de los ingresos provenientes de su huerta.

En el reglamento de la **FMC** se expone de forma directa que los/as feriantes deben *elaborar y/o producir los productos que comercializa* (FMC, 2017:2). No obstante, se reconoce la posibilidad de realizar excepciones a esta condición, en la medida en la que el/la feriante pueda explicar cómo y dónde obtuvo ese producto. Esto, en parte, se vincula con las ya mencionadas condiciones climáticas del departamento de Calingasta, que le impiden sostener a los/as productores un ciclo productivo a lo largo del año por el frío, al menos con los niveles de capitalización que poseen.

Pero también se relaciona a tensiones que surgen en estos espacios, entre las lógicas de producción local y las lógicas de comercialización continuas, esto es, mantener un espacio de venta anual, sobre una base de ciclos productivos estacionales. Este elemento introduce matices a esta intención que se le adjudica a los **CCC** de eliminar la intermediación (CEPAL, 2014, 2016). En este caso vemos que no resulta una condición indispensable haber elaborado aquello que se vende. Incluso esto es reforzado al denominar al/ a la feriante *expositor*, mostrando como su papel de *exponer* la mercadería prima sobre su condición posible de productor/a o directamente feriante.

De esta forma se considera que al menos en este reglamento no pesa tanto la necesidad de que coincida el/la productor/a o elaborador/a del producto, sino que pueda explicar su procedencia y elaboración, que como veremos en el siguiente apartado debe ser local.

Cercanía geográfica

La cercanía geográfica es una condición que promueven las formas alternativas de comercialización, al plantearse como más adecuadas a las necesidades y posibilidades de los/as pequeños/as productores/as (Cattaneo, 2008) y vinculadas a una coordinación por redes entre productores y consumidores (CEPAL, 2016). En este sentido, la feria se presenta como una estrategia posible dentro de otras posibilidades, como pueden ser las ventas en la propia explotación, a domicilio, en rutas y/o en espacios de concentración transitorios (festividades o celebraciones), ventas a hoteles y espacios turísticos de circuitos locales, ventas online de alimentos, entre otros (Cattaneo, 2008; CEPAL, 2016). Entre las opciones señaladas, las ferias son, de hecho, uno de los canales que requieren mayor nivel de organización y

planificación colectivos. Esto lo vinculamos principalmente a dos factores: a las necesidades materiales y comunicacionales del propio espacio de comercialización (espacio donde se realiza la feria, elementos requeridos para la presentación de los productos, comunicación de días y horarios de realización) y a la organización de base que le sirve de sustento (en las dos ferias estudiadas, las asambleas).

Asimismo, si coincidimos con el estructuralismo de que el espacio social se caracteriza por distancias y acercamientos sociales (Bourdieu y Wacquant, 2008), esta cercanía geográfica aproxima las posiciones económicas y culturales de los agentes que allí se encuentran. En nuestra perspectiva, esta proximidad geográfica, aunque no iguala ni determina, definitivamente implica cercanías en cuanto a condiciones materiales y culturales. Esta distancia espacial refiere no solo a los/as feriantes entre sí, sino principalmente entre éstos y los/as consumidores/as que asisten a la feria.

En el Reglamento de la **ARJ** (ARJ, 2014) no hay una referencia explícita hacia este asunto de la proximidad geográfica. Efectivamente se menciona la importancia de que feriante y elaborador/a-productor/a coincidan (ligado al concepto de intermediación ya analizado), pero no hablan ni de cercanía geográfica, ni tampoco se señala el desarrollo local como parte de la reglamentación. No obstante, mediante el trabajo de campo se observa que los/as feriantes residen en alguna localidad del departamento de Jáchal.

Ahora bien, a pesar de que las distancias no son tan amplias, en las entrevistas se señala que una de las principales dificultades está constituida justamente por el traslado de los/as feriantes y sus productos los días de feria. De acá también la importancia de los aportes de instituciones estatales diversas en este ámbito del transporte y la movilidad. Asimismo, sobre este punto, fue posible identificar, el impacto de la práctica colectiva de los/as feriantes vinculada a la modificación de los horarios de un transporte municipal para que ellos/as lleguen a tiempo a la feria de la **ARJ**. Así, se insiste en que es notable la “lejanía” que viven los/as feriantes entre su residencia y el lugar de emplazamiento de la feria (la plaza departamental de Jáchal). A su vez, las distancias son mencionadas como problemáticas entre aquellos/as feriantes que además son productores/as, en particular cuando su residencia y las explotaciones agropecuarias no coinciden. Se observa entonces que la cercanía geográfica (y con ella, la económica y simbólica) entre los/as feriantes de la **ARJ**, aunque se acorta, no desaparece.

Para el caso de Calingasta, también encontramos en las entrevistas que se menciona esta separación entre las localidades o parajes de los/as feriantes y el lugar donde se realiza la feria; distancia que una mirada poco precavida de las condiciones sociales y estructurales podría no adver-

tir como problemática. A pesar de que el trayecto promedio refiera a 30 kilómetros, con sus excepciones, aparecen otros elementos que la vuelven crítica. Son pequeñas poblaciones, muchas veces dispersas, conectadas por caminos de montaña y con sistemas de transporte público deficientes o incluso nulos. Por esto, pequeñas distancias pueden tener consecuencias importantes para la movilidad y organización de un espacio durante todo el año.

Como particularidad para el caso de la **FMC**, se advierte en su reglamento el rescate de lo local como parte de su objetivo general, que enuncia que la feria busca constituir *una alternativa popular de comercialización y valorizar los saberes y el trabajo local* (FMC, 2017:1). Es notable el acento sobre lo local que encontramos en este caso, no sólo en términos de espacio geográfico, sino también asociado a formas de conocer y maneras de trabajar locales.

En este sentido, se establece que *los expositores deben ser productors y/o artesanxs del departamento* (2017:2), aunque señala que se puede aceptar la presencia de expositores *externos* (2017:2). Se construye de esta forma una comunidad interna, de los habitantes del departamento, que, a su vez, identifica a un otro, un “extraño”, que, aunque invitado, debe ser primeramente debatido y aceptado por los agentes del departamento.

En este proceso identificamos la construcción de una dimensión simbólica que refuerza la identidad de los/as feriantes, y construye legitimidad, reforzando propuestas de economías plurales, alternativas a la dominante.

Se identifica también, al momento de reglamentar las características de los productos, que existe una referencia explícita respecto a que los mismos *deben ser procesados en el departamento, preferentemente con materia prima local* (FMC, 2017:2). En este sentido, se refuerza el concepto de cercanía geográfica desde el propio bien a comercializar: aunque la materia prima puede ser de otro espacio territorial, la elaboración debe ser en el departamento de Calingasta, lo cual estimula de forma directa procesos de desarrollo local. Por tanto, se reconoce en el establecimiento de normas que regulan las características de los productos a vender en la feria, una estrategia de los/as feriantes para construir un límite entre el afuera y el adentro de este espacio social.

Capital social

El concepto de capital social ha sido ampliamente utilizado -y criticado- por científicos sociales de diferentes especialidades, quienes han hecho un uso diverso, que mayormente ha contribuido a su polisemia (Ostrom y Ahn, 2003). Partiendo de las primeras elaboraciones de Bourdieu (2018) y Coleman (1990), pasando a Granove-

ter (1985) con su concepto de *embeddedness* y finalmente Putman (1993), encontramos distintas conceptualizaciones, que buscaban responder a interrogantes disímiles (Ramírez Plascencia, 2005). En este trabajo se considera el capital social haciendo referencia a normas, instituciones y organizaciones que fomentan relaciones cuyos rasgos característicos son la confianza, la cooperación y la ayuda recíproca (Durston, 2000).

A su vez, este tipo de vínculos suele traer aparejado (aunque no los genera automáticamente) ciertos beneficios que son colectivos. Implícitamente se reconoce que este capital no constituye un atributo de un individuo, sino de grupos sociales y comunidades, esto es, de vínculos sociales entre distintos agentes. Asimismo, se considera que en las comunidades rurales pueden observarse ciertos elementos de formas más claras, sobre todo el capital social comunitario, lo que no implica de ninguna forma miradas inocentes o románticas en torno a estos espacios (Durston, 2000).

Por otro lado, Paz, Jara y Nazar (2013) señalan que los espacios de comercialización no pueden justificar su existencia exclusivamente en función de su función económica, ya que exceden esta dimensión. Por esto, se requiere la construcción y afirmación de cuestiones simbólicas e identitarias (Paz, Jara y Nazar, 2013), lo que podemos vincular al concepto de capital social y a los ideales de la ESS. En este marco, lo simbólico se vincula a lo cultural, con lo cual la feria trasciende su valor económico

Concretamente, la existencia de reglamentos escritos para ambas ferias puede considerarse un intento explícito de normar una organización de base, que les permita el afianzamiento de valores como la confianza, la solidaridad y la cooperación (ARJ, 2017; FMC, 2017).

En el reglamento de la feria de la ARJ puede observarse de forma indirecta esta intención de generar confianza, cooperación y ayuda recíproca. Retomamos aquí la mención a que *Cuando en la feria aparezca alguna persona que no pertenece a la asamblea se reunirán entre algunos/as feriantes y le explicarán la decisión de la asamblea por reglamento y que debe retirarse* (ARJ, 2017:1). Esto implica la previa participación en la Asamblea para poder formar parte de la feria, lo que supone negociar, ceder, compartir tiempo y espacio por fuera del momento estricto de comercialización en la feria. La *no participación* en la Asamblea, ubica a estos sujetos en una posición de *no pertenencia*. Incluso, se reglamenta cómo debe ser esa pertenencia (tiempo mínimo de tres meses en este caso), con lo cual aparece un *cierre social* (Parkin, 1984) vinculado a formas de participación con cierta estabilidad. Esta forma de exclusión de ciertos recursos y oportunidades a determinados agentes (los/as no feriantes en este caso) permite el acceso a ciertos beneficios para el grupo de feriantes. Esta forma de acción social contribuye

a la generación de agentes feriantes y otros no feriantes. Pero paralelamente, este tiempo también funciona como momento para generar cierta solidaridad mínima entre los asambleístas que luego se constituirán como feriantes. Asimismo, esta participación les permite acceder a ciertos beneficios, como la posibilidad de presentar proyectos para mejorar su producción y el acceso a fuentes de financiamiento que por su propia cuenta no lograrían, según las entrevistas realizadas.

Este capital social lo encontramos con mayor fuerza en las entrevistas de las mujeres feriantes, que mencionan que el espacio de la feria les permite intercambiar opiniones, estar en contacto con otras vecinas o productores/as, e incluso *sale un poco de la casa* (González, 2018). Se evidencia así cómo este espacio funciona no sólo con el objetivo de comercializar su producción, sino también como espacio de socialización. Otra cuestión que merece ser señalada es el deseo que expresan algunos/as feriantes en términos de transmitir la actividad de la feria a sus hijos/as, lo cual en algunos casos ya está ocurriendo, al encontrar dos generaciones de una misma familia trabajando en el mismo puesto o en la misma feria.

En el caso del reglamento de la **FMC** encontramos un fuerte énfasis en las cuestiones comunitarias y vinculadas al capital social (FMC, 2017). Ya en los objetivos específicos se menciona que la feria debe *contribuir a la formación y consolidación de la identidad colectiva* (FMC, 2017:1) lo que apunta claramente a establecer vínculos de solidaridad, confianza y cooperación. Asimismo, se considera que este espacio debe exceder el fin comercial de venta de productos (aunque lo incluye, no se agota en él); por tanto, debe constituirse como un espacio de *encuentro regular para la comunidad* (FMC, 2017:1). Se menciona que los objetivos expresados han sido fruto de un debate en el cual intervino toda la comunidad, mediante un sistema de participación horizontal. Específicamente, al reglamentar el funcionamiento de la feria, se señala que la feria es resultado de la construcción de todos los/as feriantes, por lo que *la participación y el compromiso son elementos determinantes* (FMC, 2017:2). Incluso, ausentarse sin aviso a reuniones de la Asamblea puede ser motivo de expulsión de feriantes ya aceptados/as.

Una dimensión que permite analizar la necesidad de establecer relaciones de confianza y cooperación entre los/as feriantes se vincula con el proceso de establecimiento del precio. Dentro del reglamento de Calingasta se menciona específicamente que los/as feriantes que venden productos similares deben acordar de forma previa al inicio de la feria el precio de estos bienes (FMC, 2017). Este último elemento resulta muy interesante, ya que inclina a los/as feriantes a negociar entre ellos, en vez de competir por los precios. De no llegar a un acuerdo, existe una comisión de finanzas que toma el papel de mediadora, con lo cual se evidencia que también están reglamenta-

das las estrategias a seguir en caso de no lograr acuerdo entre los/as feriantes. En este sentido, se advierte que estos elementos (mecanismos para resolver situaciones de conflicto) resultan claves para consolidar acciones de tipo colectivas (Ostrom, 2000; Ostrom, 2011).

Las relaciones de cooperación y ayuda recíproca se manifiestan en los testimonios de los/as feriantes de forma activa y cotidiana¹⁶, analizados a partir de las entrevistas realizadas. Por ejemplo, la presencia de los/as feriantes no resulta imprescindible los días de ferias: en numerosas entrevistas se narra que han desarrollado mecanismos para “cubrirse” entre ellos cuando no pueden asistir a la misma. Esto es, le entregan la mercadería a aquellos agentes que van a asistir a la feria y luego reciben el dinero por la venta de sus productos. En estos procesos se evidencian los significativos niveles de confianza e involucramiento entre los/as feriantes, que confían no sólo su producción sino también la propia venta de sus productos a otros/as feriantes. Así es posible notar en las entrevistas que muchos/as feriantes han generado fuertes lazos de cooperación y apoyo mutuo, excediendo la compra-venta de un producto. En palabras de una feriante:

ya nos sentimos como una familia en realidad, el grupo que somos de diferentes familias, estamos en las buenas y en las malas [...] nosotros somos un grupo muy organizado con una conducta muy buena y bueno eso es lo que muchos nos dicen que es lo que lleva a esta feria a permanecer todavía. (Ganceo, 2018)

Se advierte de este modo un entramado de relaciones de reciprocidad que conviven con las formas de intercambio dominantes del mercado (Coraggio y Muñoz, 2018). En este punto, se insiste en que las articulaciones construidas en cada experiencia, incluso cuando involucran relaciones de poder asimétricas, resultan claves para que las prácticas colectivas de los/as feriantes tengan legitimidad en un espacio público. Así, se reconoce cierto margen en el que la práctica organizada puede interpelar la estabilidad de las normas instauradas (Ostrom, 2011)¹⁷.

¹⁶ Lo cual no implica de ninguna manera que no exista el conflicto entre los/as feriantes; simplemente que aquí se está trabajando sobre los elementos que hacen al capital social de los/as participantes de esta feria.

¹⁷ En este sentido, se menciona la incorporación de restricciones a ciertos productos (como por ejemplo de carnes y lácteos) y/o exigir normas de calidad (como por ejemplo exigir el cumplimiento de normas básicas de higiene personal y de conservación de los productos) en los reglamentos (FMC, 2017). Incluso en este sentido, se advierte a su vez, que estas prácticas no niegan otras formas de comercialización como la venta directa en el domicilio del/la productor/a. Es decir, se cita aquí: *En la feria no se vende carne, embutidos ni lácteos. Pollos, chivos y embutidos se hacen los contactos, y se hace la entrega por pedido, manteniendo en conservadoras* (FRJ, 2017: 1).

Reflexiones preliminares

A partir de la reconstrucción de los entramados en los cuales fue posible el surgimiento y desarrollo de dos ferias de la provincia de San Juan, se busca resaltar elementos que aporten a los debates actuales en torno a los **CCC** en las Ciencias Sociales.

Tanto la Feria de la **ARJ** como la **FMC** buscan constituirse como espacios de comercialización locales, alternativos a los grandes circuitos de distribución. Teniendo en cuenta los tres elementos considerados claves en cualquier **CCC** -intermediación, cercanía geográfica y capital social- podemos evidenciar una importante diversidad de prácticas para su logro, e incluso un énfasis distinto en cada uno de ellos. No obstante, es innegable que estos parámetros forman parte de las bases de debates y discusiones que se producen -y que se vienen gestando desde sus comienzos- en estos espacios de comercialización. Asimismo, también notamos fuertes niveles de imbricación entre ellos: por ejemplo, cuanto más se profundiza la cuestión de la cercanía geográfica en el reglamento, mayor desarrollo del capital social observamos en los testimonios de los/as feriantes.

A nivel metodológico, rescatamos el análisis de los reglamentos, que ha resultado un camino fructífero, ya que nos permite visualizar los niveles de legitimidad y arreglos normativos de estos espacios. Incluso pudimos reconstruir una perspectiva diacrónica al contar con versiones modificadas y actualizadas de los mismos desde su surgimiento. Esta situación nos incentiva a profundizar este tipo de análisis.

Concretamente, ambas ferias han llevado adelante procesos de reglamentación de su funcionamiento, donde se norman diversos aspectos de su organización. En este sentido, el papel de las Asambleas en ambos casos resulta fundamental: no solo es el lugar donde se negocian y dictaminan pautas y normas, sino que también es el espacio donde se resuelven los conflictos que puedan surgir en lo cotidiano. Por esto la participación de los/as feriantes en las Asambleas se constituye como uno de sus elementos centrales. A su vez, esto se vincula con la generación y reforzamiento del capital social que la feria moviliza, y que requiere además para su reproducción. En consecuencia, como en otras experiencias (Rodríguez, 2010), la continuidad de las ferias se vuelve posible, en gran parte, por el despliegue de prácticas de reciprocidad y solidaridad enmarcadas en reglas establecidas de forma previa -que pueden ser renegociadas-, y que en definitiva permiten la continuidad de este espacio.

Pero estas prácticas y estrategias que regulan y norman el funcionamiento de las ferias no resul-

tan suficientes -por sí solas- para lograr la reproducción de estos **CCC**. A partir del análisis realizado, puede observarse que para el surgimiento y la continuidad de las ferias ha resultado clave el aporte (material y técnico, de organización y logístico) de instituciones y agentes estatales y en menor medida, no estatales. Es decir, la inclusión en los análisis de los **CCC** de sus redes asociativas constituye un elemento indispensable para comprender el funcionamiento de estos espacios. Esto nos plantea fuertes interrogantes en torno al futuro de las mismas, sobre todo en el contexto de ajuste neoliberal de los programas y planes vinculados a la pequeña producción, la agricultura familiar y el desarrollo local profundizado en Argentina a partir del año 2015.

A partir de estos hallazgos, surgieron emergentes que nos permiten pensar algunas líneas de interés para profundizar en futuras investigaciones. Entre dichos emergentes podemos mencionar la participación mayoritaria de mujeres en las ferias (Allende *et al.*, 2016). De esta forma, profundizar el conocimiento acerca de, por un lado, la división sexual del trabajo en la feria desde una mirada feminista. Por otro lado, revisar los vínculos entre la ecología y el feminismo, considerando el origen de los **CCC** vinculado a una búsqueda de una alimentación familiar que tenga como centro la sostenibilidad de la vida de la misma. También, queda abierto el interrogante en torno a si la ocupación por parte de las mujeres de espacios públicos (considerando como tal a la feria) implica una transformación de los roles históricamente construidos y asignados para estas mujeres (Alasia de Heredia, 2003). En este sentido profundizar el conocimiento de las relaciones de poder dentro de las tramas sociales aquí descritas puede ser clarificador respecto de algunos rasgos históricos y organizacionales que se han desarrollado aquí.

Asimismo, consideramos fructífera una revisión más profunda respecto de la búsqueda de circuitos alternativos a la economía dominante que nos permita caracterizar con mayor profundidad la propuesta de economía plural en estos territorios. Se aclara aquí que la forma de entrada al campo y el foco en la feria no nos permitió ahondar en este punto, que rebasa a este espacio de comercialización específico.

De esta forma, a partir de este artículo evidenciamos la necesidad de continuar profundizando la comprensión de estos espacios de comercialización, vinculándolos a circuitos cortos, propuestas de **ESS** y tramas asociativas en continua redefinición.

Bibliografía

- Alasia de Heredia, B. M. (2003). *La morada de la vida. Trabajo familiar de pequeños productores del noreste de Brasil*. Argentina: La Colmena.
- Alcoba, D. y Dumrauf, S. (2011). *Del productor al consumidor. Apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la agricultura familiar en Argentina*. Buenos Aires: INTA - IPAF.
- Allende, D., Becerra, R., Benito, R., Breit, M., Cañadas, M., Flores, C., Mallea, V., Rojas, E. y Zarate, J. (2016). "Feria franca de la asamblea rural de Jáchal: sistematización de una experiencia de innovación territorial en el marco de la economía social y el ejercicio de la soberanía alimentaria". *XVIII Jornadas Nacionales de Extensión Rural y X del Mercosur. La Extensión Rural y los modelos de Desarrollo en el año del bicentenario*. Facultad de Ciencias Agrarias de la UNCo (Cinco Saltos-Río Negro) 9 al 11 de noviembre.
- Allende, M. D.; Flores, O. C. y Benito, R. M. (2015). *PRONAFE, política pública del estado presente en la Feria Franca de la Asamblea Rural de Jáchal*. Disponible en <https://inta.gob.ar/noticias/pronafe-politica-publica-del-estado-presente-en-la-feria-franca-de-la-asamblea-rural-de-jachal>.
- Altschuler, B. y Pastore, R. (2015). "Economía social y solidaria en clave de desarrollo socio-territorial en Argentina. Conceptos, políticas públicas y experiencias desde la universidad". *Eutopía, Revista De Desarrollo Económico Territorial*, N° 7, pp. 109-128.
- Andrieu, J. y Eliosoff Ferrero, M.J. (2019). "Crisis multisistémicas y resistencias en los territorios latinoamericanos. Diálogo con Maria Mies y Vandana Shiva desde el ecofeminismo". *Cuadernos de Economía Crítica*, 5(10).
- Asamblea Rural de Jáchal (ARJ) (2014). *Reglamento de la Feria Franca Rural de Jáchal*. San Juan. Inédito.
- (2017). Actualización Reglamento de la Feria Franca Rural de Jáchal. San Juan. Inédito.
- Benavente Fager, M. V. (2019). "El bien, el mal y la tecnología. Reflexión sobre la demanda de innovación tecnológica por parte de la ESS. La experiencia: Calvados de Calingasta". *2º Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria*. UNQ. Inédito.
- Bourdieu, P. (2011). *Las estrategias de la reproducción social*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- (2018). "The Forms of capital". En Granovetter, M. y Swedberg, R. (ed.) *The Sociology of economic life*. Nueva York: Routledge.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2008). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Cattaneo, C. (2008). "Criterios para solucionar problemas de comercialización de productos agropecuarios en pequeña escala". *Serie de Documentos de Capacitación N° 3*. Buenos Aires: PROINDER.
- Craviotti, C. y Palacios, P. (2013). "La diversificación de los mercados como estrategia de la agricultura familiar". *Revista Brasileira de Sociologia e Economia Rural*, N° 51, pp. 63-78.
- Craviotti, C. y Soleno Wilches, R. (2015). "Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina". *Mundo Agrario*, N° 16.
- Coraggio, J. L. (2009). "Los caminos de la economía social y solidaria". *Íconos*, N° 33, pp. 29-38.
- Coraggio, J. L. y Muñoz, R. (2018). *Economía de las ciudades de América Latina hoy: enfoques multidisciplinares*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- CEPAL. (2014). *Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- CEPAL. (2016). *Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- Chalmer, D. A., Scott, M. y Piester, K. (1997). "Associative Networks: New Structures of Representation for the Popular Sectors?". En Chalmer, D. A., Vilas, C., Hite, K., Martin S., Piester K. y Segarra, M. *The New Politics of Inequality in Latin America. Rethinking Participation and Representation*. Nueva York: Oxford University Press.
- Chaves, R. y Monzón, J.L. (2012). *La economía social en la Unión Europea*. Informe elaborado para el Comité Económico y Social Europeo por el Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (CIRIEC). Disponible en <http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-30-12-790-es-c.pdf>.
- Colman, D. (2009). *Las ferias francas. Una forma de comercialización de la Agricultura Familiar*. Buenos Aires: INTA.
- Coleman, J. (2000). *Fundamentos de teoría social*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Durston, J. (2000). *¿Qué es el capital social comunitario?*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Feria Manos de Calingasta (FMC). (2012). *Reglamento de Funcionamiento Feria de Productores y Artesanos*. San Juan. Inédito.

- (2017). *Reglamento de Funcionamiento Feria de Productores y Artesanos*. San Juan. Inédito.
- Gutti, P., Kababe, Y. y Peirano, F. (2018). “Diez casos testigos de los propósitos y factores que sostienen e impulsan a la agricultura familiar en América del Sur”. *Revista Latinoamericana de Estudios Rurales*, N° 7.
- Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP) y Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural (RIMISP) (2015). *Cómo vender en circuitos cortos. Desafíos y oportunidades para la agricultura familiar campesina*. Santiago de Chile: Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural/Ministerio de Agricultura.
- INTA. (2009). *Promoción del desarrollo territorial a través de la diversificación productiva y el fortalecimiento de las organizaciones en Jáchal, San Juan*. Informe final PROFEDER 785125. San Juan. Inédito.
- (2015). *Fortalecimiento de la feria franca de la Asamblea Rural de Jáchal para la promoción de la soberanía alimentaria y el valor agregado territorial*. Informe final PROFEDER 725135 San Juan. Inédito.
- Laville, J. L. (2015). *Asociarse para el bien común. Tercer Sector, economía social y Economía Solidaria*. Barcelona: Icaria.
- López García, D. (2012) “Canales cortos de comercialización, un elemento dinamizador”. *Soberanía Alimentaria, Biodiversidad y culturas*, N° 8, pp. 20-24.
- Manzanal, M. y Schneider, S. (2011). “Agricultura Familiar y Políticas de Desarrollo Rural en Argentina y Brasil (análisis comparativo, 1990-2010)”. *Revista Interdisciplinaria de Estudios Agrarios*, N° 34, pp. 35-71.
- Nuñez, A. (2009). “Abrir la política urbana y las identidades sociales. Ni empresarios, ni burócratas, ni vecinos: estatalidad profunda y estatalidad extensa”. *Revista Economía, Sociedad y Territorio*, N° 30, pp. 297-347.
- Ostrom, E. (2000). “Collective Action and the Evolution of Social Norms”. *The Journal of Economic Perspectives*, N°14.
- Ostrom, E. y Ahn, T. K. (2003). “Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva”. *Revista Mexicana de Sociología*, N° 65, pp. 155-233.
- Ostrom, E. (2011). *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Parkin, F. (1984). *Marxismo y teoría de clases. Una crítica burguesa*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Pastore, R. (2014). “La economía social y solidaria, una construcción colectiva y plural en el camino de la profundización democrática”. En Lozano, M. y Flores, J. (comp.) *Democracia y sociedad en la Argentina contemporánea, Reflexiones para un debate*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.
- Pastore, R. y Altschuler, B. (2014). “Economía social y solidaria: un campo socioeconómico, simbólico y político en construcción. Miradas y prácticas desde la Universidad pública”. En Fidel, C. y Villar, A. (comp.), *Miradas y controversias del desarrollo territorial en Argentina. Aproximación a un enfoque analítico*. Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación.
- Paz, R., Jara, C. y Nazar, P. (2012). “La emergencia de las Ferias de la Agricultura Familiar y su proyección hacia un modelo de desarrollo rural alternativo. La experiencia de Villa Río Hondo (Santiago del Estero). XVI Jornadas Nacionales de Extensión Rural y VIII del MERCOSUR. San Luis.
- Pengue, W. (2004). “Producción agroexportadora e (in)seguridad alimentaria: El caso de la soja en Argentina”. *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, N° 1, pp. 46-55.
- Puelo, A. (2013). *Ecofeminismo para otro mundo posible*. Madrid: Ed. Ediciones Cátedra.
- Putman, R. (1993). “The Prosperous Community: Social capital and public life”. *The American Prospect*, N° 13.
- Quillay (2019). *Antecedentes de la organización no gubernamental Asociación Quillay para la promoción del Desarrollo Rural*. San Juan. Inédito.
- Ranaboldo, C. y Arosio, M. (2016). “Circuitos Cortos de Comercialización: una mirada desde el enfoque territorial”. *Plataforma de Territorios Inteligentes*. Disponible en <http://www.fao.org/in-action/territorios-inteligentes/articulos/colaboraciones/detalle/es/c/410218/>.
- Ramírez Plascencia, J. (2005). “Tres visiones sobre capital social: Bourdieu, Coleman y Putman”. *Acta Republicana. Política y Sociedad*, N° 4, pp. 21-36.
- Rodríguez, F. (2010). “Los agricultores familiares y las relaciones de mercado: Un análisis a partir de la feria franca de San Vicente”. VII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. Porto de Galinhas, 15 al 20 de noviembre.
- Rodríguez Pascual, M. y Herrero López, Y. (2010). “Ecofeminismo, una propuesta para repensar el presente y construir el futuro”. *Ecologistas en Acción en CIP-Ecosocial - Boletín ECOS* N° 10.
- Stake, R. (2005). *Investigación con estudios de casos*. Madrid: Morata.
- Teubal, M. (1984). “Internacionalización del capital y complejos agroindustriales: impactos sobre la agricultura latinoamericana”. *Investigación económica*, N° 170, pp. 129-159.
- Tornello, S., Porta, J., Pessolano, S., Mendez, R. y Cabral (2018) *Tecnologías para la inclusión social como herramienta para la práctica en extensión rural. XIX Jornadas Nacionales de Extensión Rural y XI del Mercosur*. Mendoza.
- Yin, R. (1994). *Case Study Research. Design and Methods*. Beverly Hills: Sage Publications.