



RIDAA
Repositorio Institucional
Digital de Acceso Abierto de la
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad
Nacional
de Quilmes

Niño, Laura Andrea

Construcción de mercados alternativos y organización del consumo : una experiencia desde la universidad pública



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

Cita recomendada:

Niño, L. A., Vázquez, C. (2019). *Construcción de mercados alternativos y organización del consumo: una experiencia desde la universidad pública*. *Revista de Ciencias Sociales*, 10 (35) 101-115. Bernal, Argentina : Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1722>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

Construcción de mercados alternativos y organización del consumo

UNA EXPERIENCIA DESDE LA UNIVERSIDAD PÚBLICA

Introducción

Los sistemas agroalimentarios nacionales de la región han avanzado en la disminución de la inseguridad alimentaria de la población, sin embargo, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura más conocida como FAO sostiene en su último informe sobre seguridad alimentaria y nutrición en el mundo (2018, p. 10) que si bien se han reducido los niveles de subalimentación en comparación a la década del noventa, América del Sur aún cuenta con 32,7 millones de personas que, en la actualidad, padecen de inseguridad alimentaria grave, es decir, no consumen alimentos durante un día o más. Por otra parte, varios estudios muestran que dichos sistemas agroalimentarios vienen registrando impactos negativos en los ecosistemas que dificultan su sostenibilidad ambiental, algunos de ellos son el empobrecimiento de los suelos productivos, la pérdida de diversidad biológica (entre ellas la genética), dependencia creciente de agroquímicos, deterioro de los cuerpos de agua superficiales y subterráneos y resistencia a los plaguicidas de ciertas plagas o patógenos, entre otros (Sarandón y Flores, 2014, p. 17).

Estos impactos son resultado de un proceso de transformación del sistema agropecuario que transita de un modelo tradicional y

sustentable a un modelo agropecuario industrializado que, desde las décadas del sesenta y setenta y fruto de la revolución verde,¹ intensificó la producción principalmente de variedades como el trigo, la soja y el maíz (Carrasco, Sánchez y Tamagno, 2012, p. 14). Según Morales (2011, p. 34) el objetivo de la agricultura industrial, es la artificialización intensiva de los sistemas naturales a través de la substitución de procesos naturales por industriales, en busca de limitados criterios de productividad y rentabilidad.

Dicha modificación del sistema productivo favoreció el protagonismo de actores multinacionales y conjuntos de empresas ubicados en diversos sectores económicos que abarcan desde las industrias proveedoras de insumos, equipos y servicios para la producción primaria, hasta la comercialización y el consumo (Jiménez, 2007, p. 11).

Dichas problemáticas afectan directamente el derecho a la alimentación, que está coartado por la hegemonía de actores que acaparan tanto la producción como la comercialización con el objetivo principal de acumular capital. Este circuito concentrado deja a la pequeña agricultura familiar y a los emprendimientos solidarios (asociativos, familiares) en una seria vulnerabilidad económica y social y en desventaja comercial. Así mismo se vienen manifestando problemáticas de salud en los y las consumidoras, por lo que aumentan las tendencias de consumo que rechazan la oferta del sistema agroalimentario actual, porque se desconfía de su calidad, inocuidad y precios, y crece la demanda directa de productos a la agricultura familiar (AF).

Ante esta situación, la AF, desde sus bases organizativas y en articulación con otros actores, están construyendo alternativas posibles a dicho sistema agroalimentario, bien sea en la generación y recuperación de prácticas productivas agroecológicas, o bien, en la construcción de mercados solidarios que generen circuitos económicos justos.

La universidad pública también está actuando en el fortalecimiento, promoción y visibilización de las experiencias. Por lo tanto, este trabajo recupera la experiencia de Mercado Territorial-Agricultura Familiar de la Universidad Nacional de Quilmes incorporando el análisis al dispositivo de Nodos de Consumo a partir del estudio del Nodo de consumo de Piñeiro en la localidad de Avellaneda.

Dos enfoques

Soberanía alimentaria

La soberanía alimentaria es un enfoque político y de fuerte arraigo en organizaciones y movimientos sociales, que viene a interpelar

¹ Básicamente consistió en el incremento masivo de la producción, basada en la producción de monocultivos, asociadas a un paquete tecnológico (maquinaria, fertilizantes, plaguicidas) y desplazamiento de la producción campesina tradicional basada en la rotación de cultivos, articulación con la ganadería, trabajo familiar, utilización mínima de insumos externos a las propias parcelas (Caracciolo *et al.*, 2012, p. 4).

la noción de seguridad alimentaria promovida por la FAO la cual hace énfasis en la satisfacción de las necesidades alimenticias a partir del acceso de todas las personas a suficientes alimentos inocuos y nutritivos (FAO, 2018, p. 175); sin embargo, no incluye una mirada sobre quiénes producen los alimentos ni de qué manera y en qué condiciones son producidos y distribuidos.

En nuestra sociedad actual, tanto los alimentos como los recursos vinculados a su producción, tales como la tierra, el agua y las semillas, son consideradas una mercancía que se compran y venden bajo las leyes del mercado y son gobernados por grandes monopolios que se reeditúan económicamente en este sistema. Ante ello, La Vía Campesina,² un movimiento social de carácter internacional que reúne campesinos y campesinas de todo el mundo, en la Cumbre Mundial sobre la Alimentación de 1996 empieza a hablar de soberanía alimentaria e instala así un debate político en relación con la erradicación del hambre en el mundo; esta organización la entiende como “el derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas alimentarias que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias, reclamando la alimentación como un derecho” (la Vía Campesina, 2017).

Esta perspectiva incorpora la alimentación como un derecho, es decir un bien común que debe ser garantizado por los Estados a todo el conjunto de la sociedad reconociendo a los alimentos no como una mercancía, sino como un bien social, por lo cual la problemática del hambre será superada en tanto y en cuanto no dependa exclusivamente de la capacidad de compra de las personas. La soberanía alimentaria también visibiliza la producción y el trabajo campesino y de la pequeña agricultura familiar, los ubica como actores con capacidad para abastecer de alimentos a sus comunidades locales. De igual manera, pretende la recuperación de prácticas de producción agroecológicas que respeten el equilibrio ambiental, que no afecten a la salud de los productores y consumidores y que generen formas de organización social mayor para proteger los territorios y sus comunidades. C. Jiménez (2007, p. 16) sostiene que la soberanía alimentaria también implica la democratización de los alimentos por lo que excede el ámbito rural y pasa a ser un derecho universal que implica la reestructuración de los mercados.

En este marco, el concepto de soberanía alimentaria viene a interpelar ese sistema de producción, distribución y consumo capitalista que está lejos de garantizar a las poblaciones y comunidades su derecho a alimentarse. Por esta razón la soberanía alimentaria “da lugar al debate necesario sobre poder, libertad, democracia, igualdad, justicia, sostenibilidad y cultura” (Vía Campesina, 2011) que apunta a un desarrollo autónomo y sosten-

² Sitio oficial de La Vía Campesina <<http://www.viacampesina.org/>>.

table de los sistemas agroalimentarios y reconoce las necesidades locales de las comunidades.

En palabras de M. Caracciolo (2017, p. 21), la soberanía alimentaria consiste, desde el lado de los productores, en tener la suficiente tierra, agua y semillas como para producir alimentos en forma sana y recibir un valor agregado que les permita retribuir dignamente su trabajo. Y, desde el lado de los consumidores, tener acceso a aquellos alimentos sanos, nutritivos y culturalmente adaptados que les permitan la reproducción de la vida.

Economía social y solidaria

La Economía Social y Solidaria (ESS) constituye un subsistema económico que reúne principalmente a aquellas personas que reproducen su vida a partir de su trabajo, a diferencia de la economía de capital, la cual busca reproducir la riqueza (a costa de la devastación de la naturaleza y de la explotación del trabajo).

Pastore (2006, p.14) sostiene que si bien la ESS existe como estrategia de atención a la emergencia a partir de la economía de la subsistencia, también plantea un proyecto social y político de transformación que pueda modificar las estructuras económicas, sociales y culturales y que esté orientada por los objetivos y las necesidades del conjunto de la sociedad y no de un acotado grupo de agentes económicos.

La ESS pone en relieve el trabajo como bien individual y colectivo y condición básica para producir valor económico y, por lo tanto, reproducir nuestra vida en sociedad y a la sociedad misma. En este marco, recuperamos los tres tipos de trabajo que Caracciolo y Foti (2013, p. 4) identifican para pensar la ESS en su carácter ampliado: el trabajo productivo para el mercado, el trabajo productivo para la reproducción y el trabajo sociopolítico. En relación con el primero, hace referencia al campo de lo económico, en las relaciones de producción, distribución y consumo de bienes y servicios y tiene como objetivo una remuneración económica. Por su parte, el trabajo productivo para la reproducción refiere a toda aquella actividad de cuidado, dirigida a asegurar la reproducción de la vida y es considerado como la base de posibilidad de existencia de las personas. Este trabajo, si bien es un hecho económico (al igual que el trabajo productivo para el mercado), no es reconocido como tal, es un trabajo, además de invisible ante el grueso de la sociedad y las teorías neoclásicas de la economía, no remunerado y asignado a las labores socialmente atribuidas a las mujeres en el ámbito doméstico. Por último, el trabajo sociopolítico refiere a la posibilidad de generar

estrategias de defensa y lucha por los objetivos comunes a partir de formas organizativas del ámbito de lo político como los movimientos sociales, las agrupaciones políticas, lo gremios, entre otros.

La ESS, entonces, visibiliza y reconoce esta interrelación entre el trabajo productivo, reproductivo y sociopolítico para la construcción de otro sistema económico y de sociedad en donde se pueda reproducir la vida de manera ampliada transformando las formas de relación social, reconociendo una ética solidaria que contemplen la justicia social, la equidad, la reciprocidad, el buen vivir y el respeto por la naturaleza (Caracciolo 2013, p. 25).

Ahora bien, desde su dimensión empírica (Pastore, 2006, p. 3) y para revisar prácticas concretas, la ESS reúne desde experiencias de la economía social tradicional o histórica, como lo es el cooperativismo y el mutualismo, hasta experiencias de más reciente data, tales como emprendimientos asociativos o familiares, de intercambio (ferias, trueque), finanzas y monedas solidarias, las cuales surgen en América Latina como estrategia de subsistencia ante la crisis del trabajo asalariado.

En este sentido:

La economía social y solidaria abarca una diversidad de experiencias, organizaciones y emprendimientos que tienen características distintivas entre sí, pero poseen una matriz identitaria de atributos compartidos, entre los que se destaca el desarrollo de actividades económicas con una definida finalidad social [...], a la vez que implican elementos de carácter asociativo y gestión democrática en un contexto de autonomía tanto del sector privado lucrativo como del Estado (Pastore, 2010, p.48)

En el marco de este subsistema económico, la AF aparece como un actor social que, según Balsa (2013, p. 14), a diferencia del sector agropecuario empresarial u otras formas de producción capitalista:

- No se explota el trabajo asalariado, es decir, la fuerza de trabajo es exclusivamente familiar.
- La familia, al ser el principal factor productivo, se conforma como equipo desde las distintas funciones y tareas, y conviven las relaciones familiares con las laborales (afectivas, relaciones de poder).
- La racionalidad de estas familias se separa de la racionalidad formal-capitalista, más bien entiende de manera integral la unidad productiva con su unidad doméstica, la cual es a su vez unidad de consumo. Esto quiere decir que el objetivo principal de las familias es la reproducción ampliada de la familia (satisfacer sus necesidades, conservar su patrimonio material y simbólico y reproducir un modo de vivir).

Los mercados: concentración vs. democratización

Pensar los mercados desde la perspectiva de la soberanía alimentaria y la economía social y solidaria implica muchos desafíos, principalmente por los actores económicos a los que enfrenta y por el conjunto de prácticas y sentidos que se han construido alrededor del mercado y el consumo.

Según Caracciolo *et al.* (2012, p. 7), desde la década del sesenta, se crean medianos y grandes supermercados quienes concentran la canasta básica de alimentos (cadenas nacionales como Disco y Supercoop y cadenas internacionales como Carrefour, Jumbo, Makro, entre otras). Paralelamente y debido a ello, se genera una disminución progresiva de espacios de intercambio y comercialización de cercanía, tales como los almacenes barriales, las cadenas locales y minoristas, y otros intercambios, como el trueque o la feria. En esta misma línea, hacia finales del siglo XX se afianzó un esquema altamente concentrado de comercialización (INTA, 2014, p. 14) como resultado de una dinámica de funcionamiento que implicó tanto un gran aumento de los niveles de producción, exportación y tecnologización del trabajo como también un fuerte proceso de concentración económica, exclusión de los actores tradicionales de la estructura social agraria argentina y la precarización, aún mayor, de las condiciones de empleo del sector (Caracciolo *et al.*, 2012).

Según el informe de relevamiento sobre supermercados en Argentina de la Federación Argentina de Empleados y Servicios (2011, p. 32), el sector supermercadista argentino ha logrado una marcada expansión, así como también una fuerte concentración en manos de unas pocas empresas. Seis cadenas de supermercados (Grupo Carrefour, Cencosud S. A., Coto CICSA, Wallmart, La Anónima, Groupe Casino) poseen el mayor número de establecimientos, las mayores superficies comerciales y las más altas facturaciones. Si bien solo reúnen el 15% del total de bocas de expendio del país, tienen la capacidad de vender el 58% del total de alimentos y bebidas que se consumen en el país.

¿Qué genera esto? Por un lado, una afectación material directa tanto a productores como a consumidores principalmente por la fijación de los precios de compra y venta de los alimentos que hacen estas cadenas de intermediación. A los productores no se les paga lo que corresponde, no se reconocen ni el trabajo ni los costos de producción, lo que genera serios problemas en la sostenibilidad económica de las unidades de producción, y a los consumidores se les vende a precios muy altos, lo que afecta el acceso a los alimentos.

Por otra parte, las condiciones de nutrición de la población y, por ende, la salud de la población se ven afectadas, ya que los intermediarios deciden qué alimentos poner en circulación, imponen una dieta que, en la actualidad, es alta en grasas y azúcares, basada en productos masivamente industrializados, de baja calidad e indiferenciados y uniformados en sus sabores y formas de preparación (Caracciolo *et al.*, 2012, p. 6).

Esta intermediación concentrada tiene consecuencias sociales importantes. Por ejemplo, desarticuló los vínculos sociales posibles entre quienes producen y quienes consumen, productores que no saben el destino (ni el precio) de su producción y consumidores que no saben de la procedencia ni formas de producción de sus alimentos. Se generó, entonces, un sistema de intercambio en donde el mercado capitalista regula esas relaciones sociales, rompe el tejido social y abre paso a sentidos y prácticas de carácter individualista, lo que resta a la sociedad capacidad de decisión y autonomía.

Estrategias alternativas de comercialización

En respuesta a dicho escenario se han desarrollado distintos dispositivos, estrategias, experiencias de comercialización alternativa, con el fin de reducir la intermediación entre productores y consumidores y en donde la acumulación de capital no sea el ordenador del circuito de intermediación.

Esto que se ha dado en llamar, desde las primeras experiencias en los años sesenta, como circuitos cortos de comercialización (CEPAL, 2014, p. 7), ha tenido en el caso de Argentina un desarrollo particular en los últimos años. Al respecto, algunos estudios sobre la temática reconocen hasta seis modalidades de comercialización alternativa llevadas adelante por productores de la AF en territorio argentino: 1) la intermediación solidaria a través de comercializadoras; 2) cooperativas de trabajo o comercialización; 3) ferias de la agricultura familiar; 4) relación directa productor-consumidor con intervención estatal; 5) compra estatal y 6) los mercados asociativos mayoristas.

Dentro de estas experiencias, las ferias de la AF han tenido un desarrollo importante a partir de la promoción del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), organizaciones sociales y familias de productores. Cabe destacar las provincias de Misiones, Corrientes y Buenos Aires como aquellas con mayor desarrollo de ferias directas del productor al consumidor (INTA, 2010, p. 15).

El caso de la universidad pública

En el ámbito de las universidades públicas también se vienen desarrollando propuestas a la construcción de mercados alternativos al mercado concentrado principalmente en respuesta a las necesidades de las organizaciones de la AF y de la economía social y solidaria. Algunos ejemplos son las ferias de productor al consumidor llevadas adelante en las instalaciones de las universidades y con anclajes institucionales de diversa índole (Feria del Productor al Consumidor Facultad de Agronomía UBA; Feria Agroecológica Campus Universidad Nacional de Córdoba; Feria Productor al Consumidor Universidad Nacional de la Matanza, Feria Manos de la Tierra Universidad Nacional de la Plata; Feria Soberana, Facultad de Ciencias Agrarias de Lomas de Zamora, entre otras).

Por otra parte, también se han construido espacios de comercialización dentro de la universidad con venta permanente a la comunidad académica, como es el caso del Almacén Autogestivo de la Universidad Nacional de Quilmes, el Kiosco Soberano en la Facultad de Medicina UBA y Consuma Dignidad en la Universidad del Centro en Tandil, entre otras.

Estas experiencias han implicado una reflexión profunda sobre las funciones sustantivas de la universidad pública y la necesaria vinculación con las organizaciones, emprendimientos y colectivos de los territorios.

Mercado territorial-agricultura familiar: Una mirada desde la incubación social universitaria

En la Universidad Nacional de Quilmes, se desarrollan diversas experiencias de economía social y solidaria desde el proyecto CREES (Construyendo Redes Emprendedoras en Economía Social) y el Observatorio del Sur de la Economía Social,³ tanto en formación, como en investigación y extensión. En el año 2014, se crea el Programa Universitario de Incubación Social (PUIS) desde la secretaría de Extensión Universitaria con el objetivo de fomentar procesos de fortalecimiento y desarrollo del sector de la economía social y solidaria, en cuanto a su sustentabilidad tanto económica como social a partir de incubar procesos generadores de valor socio-económico, innovación social y tecnológica. Dentro del PUIS, se crea la Incubadora de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias (IEMF), la cual tiene el objetivo de construir circuitos económicos apropiados a las organizaciones de la economía social y solidaria a partir de la creación de tres tipos de mercados:

³ Para mayor información, véase <<http://observatorioess.org.ar>>.

mercado de los y las trabajadoras, mercados institucionales y mercados territoriales.

En este marco, durante el año 2015 se inició la articulación con organizaciones de la AF del cordón hortícola sur de Buenos Aires, con el fin de dar inicio a un proceso de comercialización alternativa a partir de las experiencias y saberes previos tanto de los productores hortícolas como de la universidad, delineando una estrategia conjunta para crear un circuito económico que facilite el acceso de los alimentos a los diferentes consumidores y consumidoras organizadas en barrios de las ciudades cercanas.

Con este objetivo, se construyó un circuito económico solidario basado en una red organizada de productores, consumidores, intermediadores solidarios, universidad pública, entidades públicas del sector de la AF y organizaciones sociales, quienes en conjunto posibilitan la distribución y acceso de los alimentos en un circuito alternativo al de los grandes supermercados (véase gráfico 1).

Algunas características de este circuito económico solidario son las siguientes:

- El consumo *no* es individual, se organiza en nodos de consumo.
- Los alimentos frescos y elaborados que se comercializan⁴ son producidos por organizaciones de la agricultura familiar y de cooperativas y emprendimientos asociativos. Tienen la característica de ser productos agroecológicos o en transición hacia la agroecología.⁵
- La intermediación facilita el acopio y la distribución de los alimentos del productor al consumidor bajo el principio del precio justo y no de la especulación.
- El precio es una construcción colectiva y transparente, el cual reconoce principalmente los costos necesarios para cada uno de los eslabones de la cadena (producción, distribución y consumo) y el reconocimiento del trabajo como principal fuente de valor.
- Se entiende como una red, un tejido de distintos colectivos (públicos, de la sociedad) que construyen permanentemente acuerdos y sentidos tanto en la cotidianidad del circuito como en las asambleas cuatrimestrales.

El consumo

En cuanto a los consumidores, la propuesta se construye a partir de la estrategia de organizar nodos de consumo, es decir, grupos de consumidores organizados quienes realizan las compras en forma colectiva. Cada nodo de consumo debe pedir por lo menos diez

⁴ Actualmente se comercializan productos de la canasta básica: bolsón de hortalizas de estación de 7 kg en transición agroecológica, frutas de estación, verduras, miel, conservas, quesos, yerba mate, aceite, arroz, lentejas, garbanzo, frutos secos, entre otro. Para mayor información, <<https://www.facebook.com/MercadoTerritorial/>>.

⁵ Esto significa que viene adelantando un proceso de transformación de los sistemas convencionales de producción hacia sistemas de base agroecológica. Este proceso comprende no solo elementos técnicos, productivos y ecológicos, sino también aspectos socioculturales y ecológicos del agricultor, su familia y su comunidad (Caporal y Costa-beber, 2004, p. 24).

bolsones de verdura para que sean llevados a la dirección establecida por el o la coordinadora del nodo. Esto implica una organización en el orden de lo territorial comunitario para que cada nodo de consumo organice el consumo de un colectivo, pueda gestionar los pedidos de su grupo y hacer las respectivas entregas. Algunos nodos de consumo acompañan la entrega con actividades educativas, cine debates, taller de cocina, venta de otros productos de los participantes del nodo, entre otras actividades.

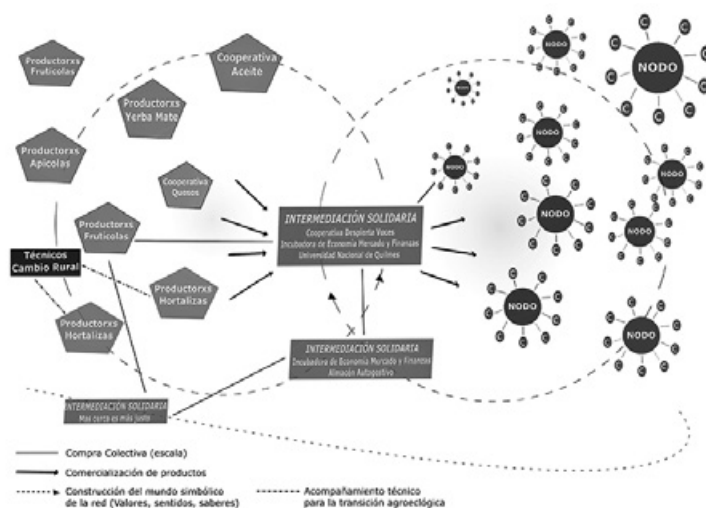
El mercado territorial cuenta con dos tipos de nodos de consumo; por un lado, aquellos que se fundan con mercado territorial y cuyo objetivo principal es hacer las compras colectivas, por ejemplo, grupos de familias, vecinos o equipos de trabajo. Por otro lado, nodos de consumo que preexisten al mercado territorial y tienen objetivos más amplios del orden de lo cultural, lo educativo o lo político en sus comunidades de pertenencia, por ejemplo, bibliotecas y bachilleratos populares, centros culturales, cooperativas de trabajo, sedes o bases políticas, entre otros.

Los nodos de consumo varían en su tamaño, existen nodos de consumo que agrupan una cantidad mínima de familias (entre 10 y 25) así como nodos que agrupan más de 150 familias.

En la última asamblea, realizada el 17 de noviembre de 2018, los consumidores mencionaron lo siguiente:

- Un nodo de consumo es un espacio que fortalece la organización territorial.

Gráfico 1. Mercado territorial: un circuito económico solidario



- Un nodo de consumo es un lugar de encuentro.
- Un nodo de consumo es una forma de hacer política.
- Un nodo de consumo es un foco de resistencia ante la crisis actual y reconstruye el tejido social.
- Un nodo de consumo es una pieza clave y fundamental para el circuito de comercialización.
- Un nodo de consumo aporta a la construcción simbólica sobre el consumo responsable (Relatos de consumidores y coordinadores de nodo, 2018).

El caso del “nodo de consumo Piñeiro”

Este nodo de consumo se crea en septiembre de 2015 siendo uno de los primeros nodos de la localidad de Avellaneda agrupando alrededor de cuarenta familias que vienen a comprar cada quince días. Las compras las organizan a través de la página de Facebook (“Mercado Territorial Piñeiro”) hasta dos días antes de la entrega (viernes).

Una característica de la localidad de Avellaneda es que en la década de los noventa, en pleno neoliberalismo, las grandes cadenas de supermercado produjeron el cierre de muchos comercios y emprendimientos locales, y producen la pérdida y ruptura de lazos e interacción entre vecinos y entre la comunidad en su conjunto. Razón por la que este tipo de estrategias aporta a reagrupar a los vecinos en torno al consumo que se hace cada vez más responsable.

Paralelamente, a través de este proyecto se intenta vincular a distintas organizaciones sociales y otros nodos de consumo, a fin de construir un circuito de comercialización para acercar los diferentes productos alimenticios de la AF en transición agroecológica a los consumidores organizados. Así, uno de los objetivos es el de crear redes de intercambio para anular intermediarios que ocasionan un incremento del valor de producto.

Este nodo de consumo tiene trabajo territorial antes de su vinculación con el mercado territorial: trabajan la línea comunicacional a través de la revista *La Voz de Piñeiro* y el programa de radio en FM Riachuelo, como así también en lo cultural con la murga Criaturas del Riachuelo, la cual participa de los días de festejos de carnaval en el barrio desde hace 12 años.

Otra línea de trabajo está vinculada a los derechos humanos desde el Paseo de la Memoria, en donde recuperaron con vecinos el lugar (público) donde fueron fusilados cinco compañeros del barrio. Otras actividades en esta línea, como el proyecto Jóvenes y Memoria en las escuelas locales, junto con el Maratón de la Memoria, en donde se sale de las escuelas caminando con los más chiqui-

tos, hasta el paseo y se hace una actividad con alguna integrante de las Madres de Plaza de Mayo, como así también se trabajó en una línea en educación con chicos en la organización de un contraturno escolar desde la Sociedad de Fomento Pienovi del barrio.

Como producto de la incorporación del nodo de consumo, la organización incorpora la perspectiva de economía social y solidaria y en conjunto con el nodo de consumo del Centro Cultural Juana Azurduy del barrio Gerli, se organiza una feria de economía popular en la plaza del barrio, sumado a actividades culturales, que fomentan la visibilización de una economía diferente y antagónica a la predominante –en la cual se privilegia el lucro y su maximización aunque se provoquen daños colaterales como la salud y el medio ambiente–, este sistema de mercado busca espacios de trabajo asociativo, fomenta el buen vivir en equilibrio con el medio ambiente y potencia el desarrollo local, lo que es un aporte al campo en construcción de la economía social y solidaria.

Los integrantes de dicho nodo consideran a los productos comercializados, en contacto con los consumidores, como un medio para comunicar otras ideas, modo de consumo responsable y saludable, un proyecto de mercado alternativo, un proyecto de sociedad en donde la solidaridad es lo que movilice el intercambio, aparte de las actividades que vienen desarrollando como organización territorial, adjuntando folletería y volantes al bolsón.

De parte de los consumidores y sus distintos perfiles, consideran al bolsón como una manera de fomentar una práctica de consumo consciente y saludable de los integrantes de su familia, por lo que la propuesta resulta económica y práctica. Otros la viven como un modo de “militar” una causa a la cual consideran de una importancia con total actualidad y vital para el porvenir y el futuro como especie, en relación con el medio ambiente, en contra de un sistema de explotación y envenenamiento ecológico y social por parte de las grandes multinacionales monopólicas del sector agrario; una forma consciente de saber y entender qué hacemos con nuestro cuerpo a la hora de alimentarnos y no dejar que decidan el lucro y la avaricia de intereses foráneos, en la búsqueda y el derecho a una soberanía alimentaria.

Podemos ver, entonces, que la figura de nodo de consumo para el caso particular del nodo de Piñeiro viene a sumar una nueva línea de trabajo a las variadas estrategias de acción territorial que tiene este colectivo; incorpora la dimensión del consumo responsable y organizado como una forma alternativa al consumo habitual (individual) en los medianos y grandes supermercados; da más y mayor visibilización de la organización hacia el interior del barrio; incorpora la dimensión económica, por un lado, que ge-

nera un excedente económico que se redistribuye hacia dentro de la organización con fines comunitarios y, por otro lado, aporta a desviar el ingreso hacia el sector de la economía social y solidaria; aporta al tejido de nuevas redes organizativas que fortalece el accionar político de las organizaciones en el territorio.

A modo de conclusiones

1. Los sistemas agroalimentarios deben ser pensados desde el enfoque de la soberanía alimentaria y la economía social y solidaria en donde la alimentación es un derecho y el alimento un bien social común.
2. Un sistema agroalimentario desde este enfoque reconoce a la AF y campesina como el actor con capacidad de abastecer de alimentos de calidad a la sociedad.
3. Este enfoque también reconoce espacios de intercambio justo que generen valor económico, social, cultural y político.
4. Este enfoque necesita de un cambio de paradigma en el consumo. Pasar a un consumo responsable que reconozca las características de la producción, que valore otras dimensiones, como, por ejemplo, la sanidad de la producción, la no explotación del trabajo y el cuidado de los ecosistemas.
5. La universidad pública es un actor fundamental en estos desarrollos, requiere de movimientos en el orden de lo institucional para poder articular acciones con las organizaciones sociales y las demás entidades del Estado en camino a desarrollos que potencien transformaciones en los territorios. Es vital reconocer un paradigma que construya un conocimiento a partir del diálogo entre los diferentes actores y las diferentes disciplinas, que reconozca las necesidades de las organizaciones y cumpla una función de utilidad social, política y económica.
6. Experiencias como las del mercado territorial y otras de características similares nos permiten pensar en marcos de referencia de prácticas y sentidos de mayor escala en términos de política pública.

Referencias bibliográficas

Balsa, J. (2013), "Notas para la caracterización de la agricultura familiar", VII Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindus-

- triales, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Buenos Aires, 29 de octubre al 1 de noviembre, Buenos Aires.
- Caporal, F y J Costabeber (2004), *Agroecología: algunos conceptos y principios*, Brasília, MDA/DATERIICA.
- Caracciolo M., S. Dumrauf, E. González *et al.* (2012), “Modalidades alternativas de comercialización en la agricultura familiar: entre el supermercado y la soberanía alimentaria”, VI Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales “Economía Social y Solidaria: Experiencias, Saberes y Prácticas”, 26 de octubre de 2012, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Caracciolo, M. y M. Foti (2013), “Economía social y solidaria aportes para una visión alternativa”, Documento del Programa de Estudios Avanzados en Economía Solidaria, Instituto de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín.
- Caracciolo, M. (2017), “Soberanía alimentaria y mercados alternativos”, Programa en Economía Solidaria, Escuela de Economía y Negocios, Universidad Nacional de San Martín.
- Carrasco, A., N. Sánchez y L. Tamagno (2012), *Modelo agrícola e impacto socio-ambiental en la Argentina: monocultivo y agronegocios*, La Plata, Editorial de la Universidad Nacional de la Plata.
- CEPAL (2014), “Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición”, Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013, Series Seminarios y Conferencias 77.
- INTA (2014), *Anuario 2014, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria*, 1.^a ed., Buenos Aires, Ediciones INTA.
- INTA (2010), *Las ferias de la agricultura familiar en la Argentina, comercialización y financiamiento*, Colección Agricultura Familiar, Argentina, Ediciones INTA.
- Jiménez, C. (2007), *Los proyectos de cooperación en la construcción de la soberanía alimentaria. Aportes estratégicos*, Madrid, Editorial ACSUR-Las Segovias.
- FAECyS (2011), *Relevamiento sobre supermercados en Argentina*, Secretaría de Estudios y Estadística, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Federación Argentina de Empleados del Comercio y Servicios.
- Morales, J. (2011), *La agroecología en la construcción de alternativas hacia la sustentabilidad rural*, México, Siglo XXI.
- Sarandón, J. y C. Flores (2014), *Agroecología: Bases teóricas para el diseño y manejo de agroecosistemas sustentables*, La Plata, Editorial de la Universidad Nacional de la Plata.
- FAO, FIDA, UNICEF, PMA y OMS (2018), *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo. Fomentando la resiliencia climática en aras de la seguridad alimentaria y la nutrición*, Roma, FAO.
- Pastore, R. (2010), “Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en Argentina”, *Revista de Ciencias Sociales*, año 2, N.º 18, primavera 2010, Bernal, Universidad Nacional de Quilmes, pp. 47-74.
- (2006), “Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social”, Documento 54 del

Centro de Estudios de Sociología del Trabajo, Facultad de Ciencias
Económicas, Universidad de Buenos Aires.

[Recibido el 31 de diciembre de 2018]

[Evaluado el 4 de febrero de 2019]

Autores

Laura Andrea Niño es licenciada en psicología por la Universidad Santo Tomás, Bogotá, Colombia, maestranda en Psicología Social y Comunitaria de la Universidad de Buenos Aires. Docente del departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional de Quilmes, codirectora del proyecto de investigación orientado por la práctica profesional Investigando Procesos de Incubación Universitaria en Economía Social y Solidaria desde la Investigación Acción Participativa.

Cristian Vázquez es técnico en Economía Social y Solidaria de la Universidad Nacional de Quilmes, integrante del equipo de trabajo de la secretaría de economía social del municipio de Avellaneda.

Cómo citar este artículo

Niño, L. A. y C. Vázquez, “Construcción de mercados alternativos y organización del consumo: Una experiencia desde la universidad pública”, *Revista de Ciencias Sociales, segunda época*, año 10, N.º 35, Bernal, Editorial de la Universidad Nacional de Quilmes, otoño de 2019, pp. 101-115, edición digital, <<https://ediciones.unq.edu.ar/519-revista-de-ciencias-sociales-segunda-epoca-no-35.html>>.

