



Missio, Mateo

Agroecología y mercados alternativos. Intermediación solidaria en la experiencia p̃y mercado territorial (marzo di



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.
Atribución - 2.5
<https://creativecommons.org/licenses/by/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:

Missio, M. (2021). *Agroecología y mercados alternativos. Intermediación solidaria en la experiencia mercado p̃y territorial (marzo diciembre 2020). Estudios Rurales, 11(24). Disponible* *Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes*
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/3862>

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

AGROECOLOGÍA Y MERCADOS ALTERNATIVOS.
INTERMEDIACIÓN SOLIDARIA EN LA EXPERIENCIA
MERCADO TERRITORIAL (MARZO – DICIEMBRE
2020)

AGROECOLOGY AND ALTERNATIVE MARKETS.
SOLIDARITY INTERMEDIATION IN THE
TERRITORIAL MARKET EXPERIENCE (MARCH–
DECEMBER 2020)

Missio, Mateo

Mateo Missio
missiomateo@gmail.com
Universidad de Buenos Aires, Argentina

Estudios Rurales. Publicación del Centro de Estudios
de la Argentina Rural
Universidad Nacional de Quilmes, Argentina
ISSN: 2250-4001
Periodicidad: Semestral
vol. 11, núm. 24, 2021
estudiosrurales@unq.edu.ar

Recepción: 03 Septiembre 2020
Aprobación: 01 Marzo 2021

URL: [http://portal.amelica.org/ameli/
jatsRepo/181/1812552002/index.html](http://portal.amelica.org/ameli/jatsRepo/181/1812552002/index.html)

Resumen: Este estudio analiza el funcionamiento y alcance de la experiencia de Mercado Territorial de la Universidad Nacional de Quilmes en un estudio de caso sobre el Nodo de Consumo Agronomía. Desde el paradigma de la economía social y solidaria, el artículo profundiza en la construcción de prácticas y sentidos que conducen a otro modelo de producción y consumo de alimentos. Desde un enfoque cualitativo, se practicó la observación participante y se realizaron entrevistas en profundidad a integrantes y consumidores del Nodo Agronomía, como también a productores familiares que los proveen de alimentos. Analizamos los documentos existentes que sistematizan las experiencias del Nodo de consumo y de Mercado Territorial.

Palabras clave: Agroecología, Agricultura Familiar, Economía social y solidaria, Universidad, Comercio justo.

Abstract: This study analyzes the operation and scope of the experience of the Territorial Market of the National University of Quilmes in a case study on the Agronomy Consumption Node. From the paradigm of the social and solidarity economy, this article delves into the construction of practices and meanings that lead to another model of food production and consumption. From a qualitative approach, participant observation was carried out and in-depth interviews were conducted with members and consumers of the Agronomy Node, as well as family producers who provide them with food. We analyze the existing documents that systematize the experiences of the Consumption Node and the Territorial Market.

Keywords: Agroecology, Family Agriculture, Social and solidarity economy, University, Fair trade.

INTRODUCCIÓN

El modelo de producción agrícola predominante, cuya característica principal es la hiper-tecnificación para lograr un mayor rendimiento de los cultivos, está basado en el uso de dosis masivas de insumos escasos: combustibles fósiles, plaguicidas, fertilizantes, semillas híbridas, maquinarias, agua para riego y continúa una larga lista. Sin embargo, este modelo de agricultura, no logró solucionar el problema del hambre en la población mundial: en la actualidad hay 800 millones de personas que pasan hambre, según el informe de El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo de 2020 (FAO, 2020).

Este paradigma que se inició con la llamada Revolución Verde[1] trae múltiples repercusiones ambientales y sociales, por ejemplo, la pérdida de la capacidad productiva de los suelos. La erosión incluye la disminución de nutrientes y de materia orgánica, lo que provoca la pérdida de diversidad biológica. A pesar de la importancia que la biodiversidad tiene para la actividad agrícola, tanto como fuente de genes, como por la prestación de servicios ecológicos, la agricultura es una de las actividades humanas que mayor impacto negativo tiene sobre la diversidad biológica (Sarandón, J. y C. Flores, 2014).

La producción industrial agrícola es promovida por grandes compañías transnacionales que operan en toda la región bajo igual lógica. Este modelo impacta de modo directo sobre el entramado socio-cultural de nuestro continente. El resultado es la expulsión sistemática de pequeños productores que no pueden afrontar los costos de la maquinaria, los agroquímicos y la renta de la tierra.

Este esquema de producción propone que ante mayor uso de agroquímicos se obtiene un mayor rendimiento de los cultivos por hectárea, lo que aumentaría los ingresos de los agricultores. Pero esto, a largo plazo, no resulta, dado que la productividad de los suelos se ve afectada por la erosión.

Se busca, entonces, un nuevo paradigma que intente dar soluciones novedosas a partir de la consideración de las interacciones de todos los componentes físicos, biológicos y socioeconómicos de los sistemas agropecuarios para integrar este conocimiento en el ámbito regional y lograr una producción sustentable. Este nuevo enfoque es la Agroecología, que ha sido definida como el desarrollo y aplicación de la teoría ecológica para el manejo de los sistemas agrícolas, de acuerdo a la disponibilidad de recursos (Altieri & Nicholls, 2000).

El concepto de Agricultura Familiar (AF) se ha instalado no solo en la Argentina sino también en otros países de América Latina y el Caribe. En la década de 1990 los atributos de la categoría hacían hincapié en la pobreza y en la inserción periférica de los pequeños productores en la economía. La discusión actual desplaza la caracterización en términos de marginalidad y pone el acento en la contribución de la AF al proceso económico.

El Foro Nacional de Agricultura Familiar (FONAF) realizado en Argentina en 2006 propone una definición de la AF como "... una forma de vida y una cuestión cultural, que tiene como objetivo la reproducción social de la familia en condiciones dignas, donde la mayor parte del trabajo es aportada por los miembros de la familia, la propiedad de los medios de producción (aunque no siempre la tierra) pertenece a la familia, y es en su interior que se realiza la transmisión de valores, prácticas y experiencias" (FONAF, 2006).

Siguiendo a Caballero, Dumrauf, González, Mainella y Moricz (2010) asumimos - a priori - que la Agricultura Familiar pertenece al universo de la economía popular entendida como un conjunto inorgánico y desarticulado de actividades y actores que dependen, centralmente, de su capacidad de trabajo; desarrollan comportamientos adaptativos, desde su matriz cognitiva y de hábitos, valores, tradiciones; su acción no es absolutamente imprevisible ni totalmente predecible, sino que es respuesta a determinados aspectos de la realidad.

"Las ferias y mercados de ESS son impulsadas por actores (sujetos) sociales - en este caso pertenecientes al sector de la Agricultura Familiar -, que otorgan a cada experiencia una impronta particular, estructurando su funcionamiento e imponiéndole una "marca" distintiva" (Caballero et al., 2010).

En este artículo nos concentraremos en la experiencia Mercado Territorial-Agricultura Familiar de la Universidad Nacional de Quilmes junto al análisis del dispositivo de Nodos de Consumo a partir de un

estudio de caso del Nodo de Consumo de Agronomía en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires entre marzo y diciembre del 2020.

El objetivo del trabajo es sistematizar y analizar el funcionamiento y las repercusiones de la experiencia de Mercado Territorial en el Nodo de Agronomía. Desde el paradigma de la economía social y solidaria, este artículo pretende profundizar en la constitución de prácticas y sentidos hacia la construcción de otro modelo de producción y consumo de alimentos.

Se parte del supuesto -a modo de hipótesis- de que la Agricultura Familiar y los circuitos de la Economía Social y Solidaria (ESS) son ejemplos de un modelo alternativo de agricultura y comercialización. Sin embargo, esto no implica necesariamente una práctica o sentido transformador, una cosmovisión económica alternativa, sino que puede responder a un sentido individual tanto del productor como del consumidor.

La pregunta general que nos guía es: ¿existe un modelo de producción y consumo de alimentos alternativo al predominante? Y luego, específicamente, nos preguntamos: ¿quiénes promueven una alimentación sana y soberana?, ¿podemos establecer circuitos de intermediación solidaria que eviten la especulación de precios? Quiénes forman parte de los circuitos de ESS, ¿conocen los valores de la misma?, ¿cómo se legitiman los espacios de intercambio donde no existe la ganancia ni la ventaja capitalista? y, por último, ¿qué rol ocupan el Estado y las Universidades en dichos circuitos?

La metodología utilizada para este estudio de caso parte de un enfoque cualitativo, combina las técnicas de la observación participante y la entrevista en profundidad. Analizamos documentos que sistematizan las experiencias del Nodo de consumo y de Mercado Territorial. Las entrevistas fueron realizadas entre marzo y junio de 2020 y la observación participante entre marzo y diciembre de 2020.

El artículo comienza con una descripción teórica de las categorías utilizadas para el análisis del caso. Destacamos conceptos de la economía social y solidaria que nos permiten entender la complejidad de este universo teórico y cruzarlo así con la información recolectada durante la investigación.

Luego nos concentraremos en los actores, describiendo las características de los productores familiares que participan de esta experiencia de economía social, como también quienes forman parte del Nodo en el Barrio de Agronomía.

La parte central del artículo es el análisis de las entrevistas y de lo que pudimos registrar mediante la observación participante en el Nodo. Para terminar, algunas consideraciones finales que pretenden profundizar en la construcción de mercados alternativos.

CONSTRUCCIÓN DE MERCADOS ALTERNATIVOS

El marco teórico del que se parte para este análisis será la concepción sustantivista de la economía, elaborada por Karl Polanyi (2007), cuyo sentido es asegurar el sustento de la reproducción ampliada (el desarrollo) de todos los seres humanos y la integridad de la naturaleza que los incluye (Coraggio, 2009). Se entiende, entonces, la economía social como la propuesta y las prácticas de construcción consciente de otro sistema económico que privilegia la reproducción y el bienestar de la vida humana.

El programa de economía social, de acuerdo con Polanyi, supone reconocer como base material de última instancia el principio de reproducción humana para el autoconsumo, extender las prácticas cooperativas, comunitarias y solidarias, luchar por la redistribución progresiva de los recursos productivos y bienes públicos, impulsar formas democráticas de gestión de los colectivos de producción, ganar autonomía respecto a la dirección del capital y adquirir capacidad de regular procesos ciegos como el mercado monopolista o el competitivo autorregulado (Coraggio, 2009).

En esta línea, se entiende que el programa de la economía social no puede limitarse a reconocer (y remunerar) el trabajo doméstico en su sentido corriente, o a promover emprendimientos familiares a nivel microeconómico, o a focalizarse sólo en determinados sectores de la actividad: debe incluir, una búsqueda de

otra ética y complejidad de la solidaridad material y buscar, en última instancia, transformar todo el sistema económico (Coraggio, 2009).

En cuanto al mercado, en general se entiende que puede ser mirado como un mecanismo de coordinación de múltiples iniciativas dirigidas de forma autónoma, para expresar necesidades y requerimientos productivos, o para organizar la producción de bienes y servicios útiles para el consumo o la producción. Pero no es el único mecanismo posible (Plasencia y Orzi, 2007).

En este sentido, ya Polanyi (2007) señalaba que son cuatro los principios conforme a los cuales se organizan los sistemas económicos a lo largo de la historia humana: el de reciprocidad, el de redistribución, el de economía doméstica y el de intercambio.

Debemos reconocer, entonces, que el mercado no es ahistórico, como plantean los teóricos del pensamiento neoclásico. Al mirar al mercado como una construcción social histórica, se nos revelan una serie de categorías y matices, cuya identificación y diferenciación puede tener gran utilidad analítica para la reflexión sobre las posibilidades y límites de los mercados solidarios (Plasencia y Orzi, 2007).

Según Caracciolo (2013), en la economía actual mundial, capitalista, globalizada y concentrada, se diferencian tres tipos de mercados: i capitalistas, ii estatales y iii solidarios. El mercado capitalista es el hegemónico, es decir es el que en última instancia establece el abanico de posibilidades en relación con la retribución del trabajo aportado en cada producto. Son los mercados capitalistas, los que definen precios y se constituyen en una referencia para el resto de los mercados. Los Emprendimientos Productivos de la Economía Social (EPES) en general no pueden ignorar estos parámetros y juegan con un margen en más o en menos que depende de los valores y de la política de mercado de dichos EPES. Es esta autonomía relativa que tienen algunos mercados de la ESS la que nos alienta a profundizar en sus prácticas y sentidos porque constituyen formas para la construcción de otra economía (Caracciolo, 2013).

Entendemos por otra economía -una diferente a la capitalista reinante-, como aquella en la que es el trabajo, y no el capital, quien comanda el proceso de producción, distribución y consumo, en la que lo económico conforma un tipo de relación social, anclada al orden social (Plasencia y Orzi, 2007).

En América Latina se ha generalizado la denominación de *Economía Solidaria*, a partir del argumento que estas empresas nacen, al menos en la teoría, de una voluntad de practicar la solidaridad (Mateo, 2017).

El concepto moderno de solidaridad remite a dos proyectos opuestos: solidaridad filantrópica referida a la visión de una sociedad ética en la que los ciudadanos, motivados por el altruismo, cumplen sus deberes unos hacia otros voluntariamente. La segunda versión es la solidaridad como principio de democratización societal, que resulta de acciones colectivas. Se basa tanto en la ayuda mutua como en la expresión reivindicativa, para alcanzar la auto-organización y el movimiento social, a la vez. Esta segunda versión supone una igualdad de derecho entre los involucrados (Coraggio, Laville & Cattani, 2013).

Los mercados alternativos son mercados construidos por la ESS -en general con apoyo del Estado. Se caracterizan por establecer relaciones sociales entre productores y compradores basadas en una nueva ética que guía nuevas prácticas económicas: eliminación/disminución de la intermediación, comercio justo, calidad, no explotación del trabajo, equidad de género, cuidado del ambiente (Caracciolo, 2013).

El comercio justo es una práctica imprescindible para poder desarrollar mercados alternativos. No se trata sólo una relación comercial; busca ser una relación de cooperación y colaboración entre productores y consumidores, basada en la igualdad y el respeto mutuo. El consumidor consciente no adquiere sólo productos, sino también relaciones de compromiso con los productores en los aspectos éticos y medioambientales.

Alfonso Cotera Fretell y Humberto Ortiz Roca (2004) en el libro *La otra economía* definen el concepto de comercio justo:

Entendemos por comercio justo a la red comercial producción-distribución-consumo orientada hacia un desarrollo solidario y sustentable que beneficie a los productores excluidos o en situación de desventaja, impulsando mejores condiciones

económicas, sociales, políticas, culturales, medioambientales y éticas en este proceso (precio justo para los productores, educación para los consumidores, desarrollo humano para todos y todas) (p. 66).

En la ESS, el mercadeo es una relación social visible entre productores y consumidores, que por cierto implica la compra de algún producto (entendido como bien o servicio). En cambio, en la economía capitalista se trata de un vínculo entre consumidores demandantes y un objeto de deseo; el productor parece estar oculto de modo de resaltar al objeto. La búsqueda de otras formas de producir más solidarias no puede eludir el requisito de otras formas de consumir. Cuando el productor se da cuenta que el consumidor es su mejor aliado, el valor del vínculo se vuelve más virtuoso (Caracciolo, 2013).

Para continuar con la descripción de las categorías utilizadas dentro del marco teórico de la ESS, entendemos el concepto de intermediación solidaria desde el pensamiento del brasileño Euclides André Mance (2004) quien define la noción de red de colaboración solidaria como categoría estratégica basado en la denominada revolución de las redes en la cual “acciones de carácter económico, político y cultural se retroalimentan, y subvierten patrones y procesos hegemónicos que mantienen el capitalismo avanzando en pos de la construcción de una globalización solidaria”.

Mance (2004) define 4 criterios básicos de participación en esas redes:

1. Que en los emprendimientos no figure ningún tipo de explotación del trabajo, opresión política y/o dominación cultural.
2. Se preserva el equilibrio medio ambiental de los ecosistemas
3. Se comparten montos significativos del excedente para la expansión de la red.
4. Autodeterminación de los fines y autogestión de los medios, en un espíritu de cooperación y colaboración.

El objetivo básico de estas redes es remontar las cadenas productivas de manera solidaria y ecológica. La viabilidad de esta alternativa pos-capitalista depende de la difusión del consumo solidario, de las reinversiones colectivas de excedentes y de la colaboración solidaria entre todos. Se trata de una estrategia para conectar emprendimientos solidarios de producción, de comercialización, de financiamiento, de consumidores y otras organizaciones populares (asociaciones, sindicatos, ONGs, etc.) en un movimiento de retroalimentación y crecimiento conjunto, auto-sustentable, antagónico al capitalismo. Entre sus características están: la descentralización, gestión participativa, coordinación y regionalización, que buscan asegurar la autodeterminación y la autogestión de cada organización y de la red como un todo (Mance, 2004).

En Argentina, luego de la crisis que atravesó en 2001, las instituciones del sector público vinculadas con el desarrollo rural debieron resignificar sus intervenciones con el aporte de nuevos enfoques. Se recuperó el papel del Estado que insiste en la promoción de nuevas estrategias y metodologías para el desarrollo local[2].

Con la crisis del modelo neoliberal, asociaciones de la ESS toman iniciativas como las redes de trueque y comercio justo, comedores, cooperativas y fábricas recuperadas, entre otras experiencias con fuerte inscripción territorial.

Muchas de las organizaciones que se inscriben en estas prácticas y que, en su conjunto, abarcan a los diversos segmentos de las cadenas productivas (consumo, comercio, servicio, producción y crédito) empezaron a despertarse hacia acciones conjuntas en redes, mientras que otras ya actúan en esa forma hace más de tres décadas.

Nos concentramos en el concepto de consumo solidario de Mance (2004), dado que en nuestro análisis del Nodo de Consumo identificamos prácticas que encajan en la categoría definida por el autor:

El consumo solidario significa seleccionar los bienes de consumo o servicios que satisfagan nuestras necesidades y deseos, buscando tanto realizar nuestro libre bienestar personal como promover el bienestar de los trabajadores que elaboran dicho producto o servicio, como también buscando mantener el equilibrio de los ecosistemas. De hecho, cuando consumimos un producto cuya elaboración se dio a través de la explotación de seres humanos y del daño al ecosistema, nosotros mismos

somos corresponsables por la explotación de aquellas personas y por el daño causado al equilibrio ecológico (...). El acto del consumo, por lo tanto, no es sólo económico, sino también ético y político (Mance, 2004, p. 357).

PRODUCCIÓN FAMILIAR EN EL SUR DEL AMBA Y TRANSICIÓN AGROECOLÓGICA

El cinturón verde Sur del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), integrado por los partidos de La Plata, Florencio Varela y Berazategui, constituye el área de producción de hortalizas frescas más fructífera del país. Habría, según estimaciones del INTA en 2015, una superficie total de 7.100 hectáreas de cultivos hortícolas, de las cuales 6000 corresponden al partido de La Plata y las 1100 restantes se distribuyen entre los partidos de Berazategui y Florencio Varela. En las últimas dos décadas, la zona experimentó transformaciones en cuanto a la modalidad de producción, los sujetos responsables y las características de las unidades productivas (Ferraris y Ferrero, 2018).

Desde 2003 el INTA, en el marco del Programa Cambio Rural, implementa una metodología orientada a la promoción del asociativismo con anclaje territorial. Basada en la gestión interinstitucional y que buscaba el fortalecimiento de la trama social mediante la superación de las condiciones de asimetrías de poder. Los ejes más importantes han sido la consolidación organizativa, la generación de nuevos canales de comercialización y la capacitación (Seibane, 2018).

La producción hortícola de la zona está dedicada al abastecimiento de alimentos para los conglomerados urbanos. Se trata de un variado espectro de hortalizas que se consumen frescas de hoja, flor, raíz y fruto[3].

Podemos diferenciar a quienes trabajan la tierra en el cinturón sur del AMBA entre productores familiares, de diferente capitalización, y productores empresariales. Los productores familiares constituyen el 85% del total de productores del cinturón. Se diferencian de los productores empresariales porque en cada sistema productivo está presente la fuerza de trabajo familiar, y la mano de obra familiar no es reemplazada por mano de obra contratada, pudiéndose complementar al incrementarse la demanda de trabajo (Ferraris y Ferrero, 2018).

En la producción familiar, los productores viven en los establecimientos donde producen. Las superficies cultivadas oscilan entre 1 y 4 hectáreas y la dotación de capital se restringe a la inversión en invernáculos, sistemas de riego y herramientas manuales. Tienen un limitado acceso a los mercados y un casi nulo poder de negociación.

La modalidad de comercialización habitual es la venta a “culata de camión”, por medio de la cual los productores entregan su producción a un intermediario “camionero” quien se encarga de ir quinta por quinta para comprar y cargar los cultivos que serán trasladados a los mercados mayoristas para su posterior distribución en las ciudades.

La mayoría de los productores familiares son de origen boliviano o descendientes directos. No son propietarios, sino que arriendan las tierras que subdividieron sus dueños, descendientes de portugueses, vascos e italianos, quienes producían a campo en superficies entre 12 y 20 ha. No se cuenta con datos censales, por lo que se recurrió a la información arrojada por el Registro Nacional de la Agricultura Familiar (RENAF) en el cual se encuentran registrados 4.493 horticultores familiares en el periurbano Sur del AMBA.

El desarrollo tecnológico, insumo principal del paradigma agroindustrial, no satisface las necesidades de la AF y provoca la exclusión de agricultoras y agricultores de la actividad.

Agricultores familiares y profesionales han encontrado una alternativa: el enfoque agroecológico, donde las herramientas y conocimientos que poseen favorecen al desarrollo de tecnologías apropiadas para la permanencia del sector en la actividad. Estas estrategias, de tipo productivas, organizacionales y económicas, estimulan prácticas que reducen o eliminan el uso de insumos químicos contaminantes, disminuyen la dependencia de insumos externos, promueven el consumo de alimentos sanos para la población y generan variadas alternativas para la comercialización de dichos productos (Cap, De Luca, Marasas, Pérez, Pérez, 2012).

Este enfoque ya no tiene como objetivo maximizar los rendimientos y la ganancia, sino que se prioriza la optimización de la productividad del sistema, a partir de mejorar el aprovechamiento de los recursos y obtener rendimientos suficientes para garantizar la calidad de vida de la familia productora. Se trata de lograr un equilibrio en el manejo del agroecosistema que permita minimizar varios de los problemas que se presentan, a partir del diseño de agriculturas biodiversas, sustentables, resilientes y eficientes (Cap *et al.*, 2012).

Durante la década del '90, la crisis que afectaba a la Argentina tuvo su correlato en el ámbito hortícola de la región sur del AMBA, con alto impacto en el precio de los insumos y las dificultades de inserción de la producción en el mercado. Con el trabajo colectivo entre los técnicos, familias productoras y otros actores del ámbito académico, comienza un proceso de transición agroecológica, que pone el acento en los aspectos productivos, con la producción sin agrotóxicos, organizacionales, con el fomento del asociativismo, y en lo comercial al crear redes de consumo de cercanía. El concepto de transición agroecológica debe entenderse como un proceso multilíneal de cambio que ocurre a través del tiempo (Caporal y Costabeber, 2004).

Cuando analizamos este proceso, es importante evitar el reduccionismo de la transición agroecológica como un proceso sólo técnico. La producción está relacionada con las condiciones ambientales de cada agroecosistema y debe adaptarse a dicha realidad, pero a su vez, está comprometida y condicionada por los procesos socioculturales y organizativos. Por ejemplo, no se puede concebir la actividad productiva en forma separada de los procesos de comercialización u organizativos de la comunidad, aspectos que deben considerarse como parte de los procesos de transición agroecológica (Cap *et al.*, 2012).

A continuación, comenzamos con el análisis de los actores. Definiremos el proyecto Mercado Territorial, quien como organización es uno de los sujetos protagonistas de la construcción de este mercado alternativo.

MERCADO TERRITORIAL

En la Universidad Nacional de Quilmes, se desarrollan 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, tanto en formación, como en investigación y extensión. Desde un programa de extensión universitaria perteneciente a este Observatorio, en 2014 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: mercado de los y las trabajadoras, mercados institucionales y mercados territoriales.

Mercado Territorial (MT), creado en 2015 como iniciativa de la IEMF, busca promover y construir canales alternativos, no especulativos y democráticos de comercialización para los grupos de productores y productoras de la AF.

Una las principales tareas de MT es la articulación con organizaciones de la AF-Asociación de productores 1610 y el grupo "El Progreso"-, del cinturón verde Sur del AMBA en el partido de Florencio Varela, para comenzar un proceso de comercialización alternativa a partir de las experiencias y saberes previos tanto de los productores hortícolas como de la universidad.

El objetivo de la articulación es delinear una estrategia conjunta para crear un circuito económico que facilite el acceso de los alimentos a los diferentes consumidores y consumidoras organizados en barrios de las ciudades cercanas.

Según la sistematización de Laura Niño (2019) las características principales 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 comercializan^[4] 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.

- 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 los costos necesarios para cada uno de los eslabones de la cadena (producción, distribución y consumo) y el reconocimiento del trabajo como fuente de valor.
- Se entiende como una red, un tejido de distintos colectivos (públicos, de la sociedad) que construyen acuerdos y sentidos tanto en la cotidianidad del circuito como en las asambleas cuatrimestrales.

Para entender los circuitos solidarios utilizamos el concepto de territorio que nos permite pensar a las formas organizacionales como parte de un entramado de actores. Carlos Walter Porto-Gonçalves (2008), define que el territorio es instituido por sujetos y grupos sociales que se afirman a través de él. Cada institución, organización, sujeto, construye su propio territorio y el contenido de su concepto y poder político para mantenerlo. En tal sentido, hay territorializaciones que expresan procesos complejos de interacción, ya sea complementaria, contradictoria, conflictiva, cooperativa.

Los nodos de consumo son grupos de consumidores pertenecientes a un territorio que realizan compras en forma colectiva. Cada nodo de consumo debe pedir por lo menos diez bolsones para que sean llevados a la dirección establecida por el o la coordinadora del nodo.

Según el Documento Base para la Sistematización Incubadora de Economía, Mercados y Finanzas Solidarias Universidad Nacional De Quilmes de Mercado Territorial de 2017 la definición final del precio del bolsón se realiza de forma colectiva.

Esto se logra a partir de una instancia de encuentro o asamblea en donde participan los distintos actores que forman parte del circuito: producción, distribución y consumo. Las organizaciones de productores determinan el costo de producción del bolsón, al cual se le suman los costos de comercialización (estimado en un 22% del precio final) y los costos de la organización del consumo (estimado en un 10%). Este mismo criterio es utilizado para la construcción del precio de los demás productos (Mercado Territorial, 2017, p. 3).

Lo definido en el documento se puede ver en la práctica. En el nodo de agronomía se anuncia por el grupo de WhatsApp la convocatoria a la asamblea de Mercado Territorial y los vecinos y vecinas se postulan para sumarse. Cuando comenzó la pandemia las asambleas se suspendieron, pero luego comenzaron a realizarse de forma virtual donde se buscaba reproducir la misma lógica que en los encuentros presenciales.

Además de la articulación con Mercado Territorial, existen nodos que se vinculan con proveedores de la zona, quienes pueden ofrecer sus productos a la compra colectiva. Dichos proveedores forman parte de la ESS, dado que se incorporan al circuito de intermediación solidaria y producen bajo los criterios de la ESS.

Los nodos pueden tener distintos orígenes. Por un lado, están los que se fundan con MT, es decir que se crean para realizar las compras colectivas. En general son grupos de familias, vecinos o equipos de trabajo que se organizan en su comunidad para obtener productos a precio justo y alimentos de buena calidad. Por otro lado, hay nodos que son preexistentes a MT, se trata de organizaciones que tienen objetivos que pueden ser políticos, culturales, educativos, como bachilleratos populares, organizaciones sociales, partidos políticos, cooperativas, fundaciones, centros culturales, entre otros. Su tamaño puede variar desde 10 familias hasta 200 en los más numerosos.

El método de compra se basa en la utilización de un formulario online que se comparte entre quienes forman parte del nodo y allí se realiza el pedido general. Cada quince días se toman los pedidos y se distribuyen los bolsones de verduras al lugar determinado por sus integrantes. Existen más de 200 nodos de consumidores solidarios en todo el Conurbano Bonaerense, La Plata y Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Entendemos esta articulación entre Universidad, Estado y organizaciones sociales para la transformación en los territorios desde el concepto de *dialogo de saberes* planteado por el sociólogo brasileño Boaventura de Sousa Santos (2010) que lo define como la existencia de una pluralidad de conocimientos más allá del conocimiento científico. A lo largo del mundo, no sólo hay muy diversas formas de conocimientos de la

materia, la sociedad, la vida y el espíritu, sino también muchos y muy diversos conceptos de lo que cuenta como conocimiento y de los criterios que pueden ser usados para validarlos.

En este sentido, Mercado Territorial es una experiencia que demuestra el vínculo entre la AF y la ESS. Existen características dentro de la definición de AF que encajan con los valores éticos de la ESS como ser: “proteger al productor directo; reducir el éxodo rural y favorecer el poblamiento rural; morigerar la plusvalía (por el no uso de trabajo asalariado); evitar o, por lo menos, moderar la concentración del capital, entre otros” (García, 2011, p. 169). Se suman a estos el cuidado del ambiente, las condiciones sociales de vida y de trabajo de los productores, y la sostenibilidad (socio-económica-ambiental) de las comunidades.

Además, los proveedores de Mercado Territorial son cooperativas, asociaciones civiles, mutuales y/o fundaciones, que pertenecen al universo de la ESS. Tanto productores de la AF como quienes se encargan de la distribución y la logística, son formalmente parte de la ESS dado que su figura jurídica corresponde a asociaciones sin fines de lucro.

CASO NODO DE CONSUMO AGRONOMÍA

Este Nudo de consumo Agronomía se crea en 2016, luego de las elecciones nacionales de diciembre de 2015, la comunidad del Barrio Rawson, un conjunto de viviendas dentro del barrio Agronomía construidas en 1934 como proyecto de la Comisión Nacional de Casas Baratas, comienza a realizar actividades en la plaza del barrio.

Iniciaron con actividades culturales y sociales hasta constituirse en una organización bajo el nombre de Colectivo Barrio Rawson. El reciclado de residuos sólidos fue de las primeras iniciativas, pero luego surgieron eventos culturales en fechas relevantes, colaboración con barrios populares aledaños (La Carbonilla de Paternal), demandas organizadas a la empresa de servicio eléctrico, actividades en torno a temáticas de derechos humanos, crearon una biblioteca “al paso” llamada “La Maga”, entre otras.

En este contexto, surgió como propuesta la compra comunitaria de alimentos y así comenzó el vínculo del Colectivo Barrio Rawson con MT para conformar el Nudo de Consumo Agronomía.

Nelly es integrante del Colectivo Barrio Rawson y del equipo de gestión del Nudo. Realiza tareas de coordinación general y es quien articula con MT. El equipo de gestión está integrado por vecinos y vecinas del barrio que se dividen las tareas según disponibilidad, predisposición y habilidades de cada integrante.

La gestión del pedido a MT se centraliza en un grupo de *Whatsapp* denominado “Bolsones Agronomía”, allí se concentran las familias que integran el Nudo y se realizan consultas y comentarios. La distribución de los productos se desarrolla con una periodicidad de 15 días. Una semana antes de la distribución, se envía un enlace al grupo que brinda acceso al formulario de pedidos. Dicho formulario está habilitado durante 3 días y en ese tiempo las y los integrantes del grupo hacen su pedido.

“En el contexto de que ganó Cambiemos, de repente el barrio comenzó a ser un lugar posible de acción, al alcance de todos. Lo cual me sorprendió para bien, yo vivo en este barrio hace 30 años y pensaba: es muy difícil que acá la gente se organice” declara Nelly (Comunicación personal, 03 de marzo de 2020) sobre el comienzo del Nudo en 2016.

Mercado territorial no tiene sedes o sucursales que pertenezcan a la UNQ. Es una red que funciona con nodos en distintos territorios cada uno con su particularidad. Muchos nodos de consumo tienen como punto de encuentro centros culturales, educativos o casas particulares. En Agronomía las reuniones donde se distribuyen los bolsones y productos de Mercado Territorial, suceden en la plaza del barrio. Esto le otorga un carácter público a la actividad lo que provoca debates políticos al interior del Nudo y con el resto de la comunidad barrial.

Con la integración del Nudo de Consumo, el Colectivo Barrio Rawson incorpora la perspectiva de la ESS. En un principio, el precio del bolsón no era conveniente. La feria del Gobierno de la Ciudad era más

económica que el Nodo. En la actualidad con la devaluación y la especulación de algunos sectores, es más económico.

“Cuando esto empezó la gente se acercaba porque quería comer agroecológico. Era muy interesante ver los debates en el grupo de *Whatsapp*, alguien decía: ‘le sacaron a los productores la obra social’ y otro contestaba ‘este es un grupo para comer sano no para hacer política’; y un tercero decía ‘tu concepto de salud es muy pobre’” analiza Nelly (Comunicación personal, 03 de marzo de 2020) sobre la configuración del Nodo.

Pudimos notar que existen consumidores que han incorporado la perspectiva de la ESS y que la profundizan incluso en otros ámbitos fuera del Nodo. Como también consumen quienes sólo ven en el Nodo un método para la alimentación saludable. Estos últimos suelen quejarse cuando algún alimento viene en mal estado y es el Nodo, es decir los consumidores organizados, los que se encargan de explicarles de qué se trata la experiencia.

No todos se acercan a este tipo de consumo alineados a los valores de la ESS. Es decir, hay consumidores que se quejan del estado de las verduras o no entienden por qué no se ven tan bien como las que suelen comprar en las verdulerías que pertenecen al circuito del mercado central. Algunos, luego de la explicación sobre cómo se producen los alimentos, lo entienden. Otros, deciden alejarse del nodo. Por último, están quienes siguen consumiendo en el Nodo sin entender los valores de la ESS e insisten por la búsqueda de una alimentación sana o simplemente por comodidad.

En el Nodo Agronomía existe una masa crítica que politizó su consumo. Muchas familias entendieron el vínculo que hay con los productores, algunos miembros del Nodo fueron a la asamblea que organiza MT para la construcción social del precio. Allí vecinos y vecinas pudieron ver que no hay explotación en el trabajo y que se paga un precio justo para los productores.

Con esto nos referimos a que, al conocer a las familias productoras y sus espacios de trabajo, los consumidores logran entender todo el circuito de los productos, desde la tierra a la mesa. Así, comprenden cómo se forma el precio de ese alimento; en qué condiciones y qué necesidades tienen quienes lo producen.

De esta manera tanto productores como consumidores avanzan en forma simultánea. “Por ejemplo, el bolsón de verduras agroecológicas de 7kg costó incorporarlo al consumo de las familias. Sobre todo, el bolsón de invierno. Los productores en julio tal vez ponían 4 plantas de lechuga y se volvía imposible comerlas. Entonces se produce un dialogo entre consumidores y productores donde se conforma un bolsón que se adecúe mejor al consumo de las familias” explica Nelly (Comunicación personal, 03 de marzo de 2020).

Luis, miembro de la “Asociación 1610” productores familiares de Florencio Varela, Provincia de Buenos Aires declara que “Antes de la pandemia, nos veíamos las caras, cada tres meses hacíamos la asamblea para fijar los precios. Una reunión donde estaba la Universidad, los consumidores y los productores. Ahora esta pandemia nos enseñó que no nos podemos juntar. Extrañamos a los consumidores. Pero usamos una estrategia muy útil que es hacer pequeños videos, cortitos, mostrando de dónde viene la mercadería. Destacamos la época a la que pertenecen las verduras, por ejemplo para que no pidan tomates, morrones o berenjenas, porque estamos en julio. Enfocamos en los videos lo que es la producción de estación. Eso ayuda bastante a estar en contacto con el consumidor. Filmamos cuando hacemos bolsones, mostramos qué tienen, cómo los armamos. Atrás de un paquete de remolacha hay mucho sacrificio” (Luis, comunicación personal, 09 de abril de 2020).

En el Nodo de consumo Agronomía participan emprendimientos de la economía social que se suman como proveedores. Se trata de miembros de la comunidad barrial que introducen sus productos en la oferta para los consumidores. Al interior del Nodo se nombran como “Les puesteres”, quienes, para ingresar en el circuito, aceptan las pautas planteadas por MT.

Identificamos que al ingresar al Nodo estos emprendimientos pudieron concretar mejoras en su funcionamiento. Lograron constancia en la producción, mayor orden en sus finanzas, mejora de los productos y mayor variedad en la oferta. El intercambio fluido con consumidores y con la organización facilitó estas mejoras.

La organización del Nodo está planteada en un documento donde se sistematiza la experiencia. En cuanto al funcionamiento expresa:

El equipo de gestión del nodo está integrado por 14 vecin@s (incluyendo 5 que además son productor@s), que colaboran en las distintas tareas que se traducen en el armado de la plaza. L@s integrantes del equipo de gestión no reciben ninguna compensación monetaria por las tareas que realizan, cediendo el excedente correspondiente al nodo, para actividades del barrio. El equipo se reúne al menos 1 vez por mes para evaluar la marcha del circuito, acordar criterios, tomar decisiones, analizar opiniones y sugerencias de los integrantes y reflexionar sobre cómo mejorar el sistema. En estas reuniones, el anfitrión (que rota) ofrece comida preparada con ingredientes del bolsón o alguna receta de su especialidad. Las tareas a cargo del equipo de gestión corresponden al siguiente circuito: Contacto con proveedores para verificar disponibilidad de productos, Chequear altas y bajas en el formulario de pedidos a entregar a los vecin@s, Publicar el link de pedidos, Atender dudas y consultas de los vecin@s por sus pedidos, Armar las planilla resumen de pedidos y envío a cada proveedor, Limpieza de la plaza el día de la entrega, Recibir y/o retirar los pedidos, y descargarlos en la plaza, Entrega y cobro de pedidos, Desarmado y limpieza de la plaza, Cierre de caja, Pago a proveedores (Bolsones Agronomía, 2017, p. 1-2).

El excedente es el 10% del precio del producto que fija Mercado Territorial para la organización de consumidores. En el caso del Nodo Agronomía, el excedente es donado a la organización y utilizado para realizar actividades colectivas en el barrio y contribuir con causas sociales en barrios vulnerables cercanos como “La Carbonilla” de La Paternal.

CONSIDERACIONES FINALES

El análisis en profundidad de la experiencia de Mercado Territorial en el Nodo de Agronomía nos permite dimensionar la complejidad que supone este cambio de paradigma. Se trata de transformar los hábitos hacia un consumo responsable que reconozca las características de la producción, que valore la no explotación laboral y el cuidado de los ecosistemas.

En este sentido el enfoque de la ESS requiere del reconocimiento de espacios de intercambios justos y solidarios, donde la confianza es un valor fundamental. A diferencia del mercado capitalista, no existe la ganancia, ni tampoco la ventaja. Consumidores y productores deben entender esta lógica para poder pertenecer al circuito y fortalecerlo.

La universidad pública es un actor fundamental en estos desarrollos, permite 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 actores y las disciplinas, que reconozca las necesidades de las organizaciones y cumpla una función de utilidad social, política y económica.

Esta experiencia a escala, a pesar de su complejidad, demuestra que otro modelo de producción y consumo es posible. El éxito de la misma se puede notar en las declaraciones tanto de productores como de consumidores que, además, establecen un vínculo y una cercanía que evita la suba desmedida de precios, el aprovechamiento de grandes empresas, distribuidores y propietarios de la tierra. Se logra así, acceder a alimentos saludables y soberanos a un precio justo.

El sistema agroalimentario debe ser pensado desde el enfoque de la soberanía alimentaria lo que requiere, en principio, reconocer a la Agricultura Familiar con producción agroecológica como el sector con capacidad de abastecer de alimentos de calidad a la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

Altieri, M., y Nicholls, C. I. (2000). Agroecología: teoría y práctica para una agricultura sustentable. Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, México, DF (México). Red de Formación Ambiental para América Latina y el Caribe.

- Bolsones Agronomía (2017). *Una Experiencia de Consumo Responsable. Documento de Sistematización del Nodo Agronomía*. Recuperado de https://docs.google.com/document/d/148N9kMjgL70Bdro5N8D6VH88_xJTKz9y/edit?usp=sharing&ouid=109604843310968621952&rtpof=true&sd=true
- Caballero, L., Dumrauf, S., González, E., Mainella, F., & Moricz, M. (2010). Los procesos organizativos de la agricultura familiar y la creación de ferias y mercados de economía social. *Otra Economía*, 4(7), 26-41.
- Cap, G., De Luca, L., Marasas, M., Pérez, M., & Pérez, R. (2012). *El camino de la transición agroecológica*. Argentina: Ediciones INTA.
- Caporal, F. R., y Costabeber, J. A. (2004). *Agroecología e extensão rural: contribuições para a promoção do desenvolvimento rural sustentável*. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA.
- Caracciolo, M. (2013). *Los mercados y la construcción de tramas de valor en la Economía Social y Solidaria (versión preliminar)*. Programa de Economía Solidaria. Documento de la Cátedra Economía Social y Solidaria. Enfoques Contemporáneos. Buenos Aires, Argentina: IDAES. UNSAM.
- Caracciolo, M., Dumrauf, S., González, E., Moricz, M., & Real, A. (2012). Modalidades alternativas de comercialización en la agricultura familiar: entre el supermercadismo y la soberanía alimentaria. *VI Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales Economía Social y Solidaria: Experiencias, Saberes y Prácticas*, FCS-UBA, Buenos Aires.
- Coraggio, J. L. (2009). Polanyi y la economía social y solidaria en América Latina. En J. L. Coraggio (comp), *¿Qué es lo económico?*, (pp. 120-148). Buenos Aires, Argentina: CICCUS.
- Coraggio, J. L., Laville, J. L., & Cattani, A. (2013). *Diccionario de la otra economía*. Buenos Aires: Universidad Nacional de General Sarmiento.
- Cotera Fretell, A. y Ortiz Roca, H. (2004). Comercio justo. En A. Cattani (Org.), *La otra economía*, (pp. 66). UNGS, Buenos Aires, Argentina: Altamira.
- De Sousa Santos, B. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Montevideo: Trilce - Extensión UDELAR.
- FAO, FIDA, OMS, PMA y UNICEF (2020). *El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo 2020. Transformación de los sistemas alimentarios para que promuevan dietas asequibles y saludables*, (pp. 10). Roma, FAO. <https://doi.org/10.4060/ca9692es>
- Ferraris, G. y Ferrero G. E. (2018). Análisis de la estructura agraria en los sistemas hortícolas del AMBA sur. En R. Cieza (coord.), *Sistemas Productivos en el Sur del Área Metropolitana de Buenos Aires*, (pp. 98-124). Buenos Aires, CICCUS.
- FONAF (2006). *Lineamientos generales de políticas públicas orientadas a la elaboración de un plan estratégico para la agricultura familiar*. Federación Agraria Argentina, Buenos Aires. Recuperado de <http://fediap.com.ar/administracion/pdfs/Lineamientos%20para%20Pol%C3%ADticas%20%20BAblicas%20orientada%20a%20la%20Elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20Plan%20Estrat%C3%A9gico%20para%20la%20Agricultura%20Familiar%20-%202006.pdf>
- García, M. (2011). Agricultura Familiar en el sector hortícola. Un tipo social que se resiste a desaparecer. En López Castro, N. y Prividera, G. (comp.), *Repensar la Agricultura Familiar. Aportes para desentrañar la complejidad agraria pampeana*, (pp. 167 – 184).
- Mance, E. A. (2004). Cadenas productivas solidarias. En A. Cattani (Org.), *La otra economía*, (pp. 353-362). Buenos Aires, Argentina: Altamira.
- Mateo, G. (2017). De Varela a Palermo Hollywood. La presencia de organizaciones de la Economía Social y Solidaria. En J. M. Cerdá y A. Salomón (Comp.), *Experiencias asociativas y representaciones agrarias en un agro en transformación*, (pp. 24-25). Buenos Aires, Argentina: CICCUS.
- Mercado Territorial (2017). *Documento Base para la sistematización incubadora de economía, mercados y finanzas solidarias*. Recuperado de https://docs.google.com/document/d/1TAi_bLC37oQppaPWFKCkYaBau8G7r14/edit?usp=sharing&ouid=109604843310968621952&rtpof=true&sd=true

- 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. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/1722>
- Plasencia, A. y Orzi, R. (2007). *Moneda social y mercados solidarios*. Buenos Aires, Argentina: CICCUS.
- Polanyi, K. (2007). *La Gran Transformación*. Madrid, España: Quipu Editorial.
- Porto-Gonçalves, C. W. (2008). De saberes e de territórios. En A. Ceceña (coord.), *De los saberes de la emancipación y de la dominación*, (pp. 112-113). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Sarandón, J. y Flores C. (2014). *Agroecología. Bases teóricas para el diseño y maneja de agroecosistemas sustentables*. La Plata, Argentina: EDULP.
- Schejtman, A., & Berdegué, J. (2004). Desarrollo territorial rural. *Debates y temas rurales*, 1, 7-46.
- Seibane, C. (2018). Instituciones en el territorio: implementación de políticas públicas para el desarrollo territorial en el sector hortiflorícola de La Plata. En R. Cieza (coord.), *Sistemas Productivos en el Sur del Área Metropolitana de Buenos Aires*, (pp. 22-23). Buenos Aires, Argentina, CICCUS.

NOTAS

[1] Inició en la década de 1970 y consiste 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 agrícola tradicional basada en la rotación de cultivos, articulación con la ganadería, trabajo familiar, utilización mínima de insumos externos a las propias parcelas (Caracciolo, Dumrauf, González, Moricz & Real, 2012).

[2] El desarrollo local rural es un proceso de transformación productiva e institucional de un espacio rural determinado, cuyo fin es reducir la pobreza. El desarrollo institucional tiene una importancia decisiva, con la existencia y funcionamiento de redes de relaciones sociales de reciprocidad basadas en la confianza, elementos culturales e identidades locales. Por tanto ese tejido social resultante es indispensable para que estos procesos tiendan a superar y no a reproducir las relaciones de poder que marginan a los sectores pobres (Schejtman & Berdegué, 2004).

[3] Algunas de ellas son: lechugas, radicheta, rúcula, espinaca, acelga, repollos, achicoria, acusay, albahaca; tomate, pimiento, berenjena, pepino, zapallo; brócoli, coliflor, alcaucil; rabanito, remolacha, ajo, puerro, apio, cebolla de verdeo, zanahoria; arveja, chaucha, haba, porotos.

[4] Se comercializan productos de la canasta básica: bolsón de hortalizas de estación de 7 kg agroecológicos, frutas de estación, verduras, miel, conservas, quesos, yerba mate, aceite, arroz, lentejas, garbanzo, frutos secos, entre otro. Para mayor información: <https://mercadoterritorial.observatorioess.org.ar/>