



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR

TESIS DE MAGÍSTER EN PLIDER Procesos Locales de Innovación y Desarrollo Rural

Las ferias como estrategias de acción colectiva,
reproducción social-económica y desarrollo territorial. El
caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina” de Pedro Luro,
provincia de Buenos Aires.

Lic. Josefina Blanco

BAHÍA BLANCA

ARGENTINA

2020

PREFACIO

Esta Tesis se presenta como parte de los requisitos para optar al grado Académico de Magíster en Procesos Locales de Innovación y Desarrollo Rural (PLIDER), de la Universidad Nacional del Sur y no ha sido presentada previamente para la obtención de otro título en esta Universidad u otra. La misma contiene resultados obtenidos en investigaciones llevadas a cabo en el ámbito del Departamento de Geografía y Turismo durante el periodo comprendido entre el 20 de julio de 2017 y el 01 de octubre de 2020, bajo la dirección del Dr. Roberto Bustos Cara (UNS).



BLANCO. Josefina



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR
Secretaría General de Posgrado y Educación Continua

La presente tesis ha sido aprobada el 26/10/2021, mereciendo la calificación de 10 (diez).

AGRADECIMIENTOS

A Roberto Bustos Cara, por asumir la dirección de esta tesis. Por su generosidad, comprensión, paciencia y confianza a lo largo de estos años.

A la Universidad Nacional del Sur por permitirme la posibilidad de seguir capacitándome y brindarme la oportunidad de especializarme en temáticas vinculadas a la innovación, el desarrollo rural y el enfoque territorial.

Al Departamento de Geografía y Turismo y toda la Comisión de la Maestría Plider, en especial a Amalia, que me abrieron las puertas a un nuevo mundo académico.

A Pancho, por acompañarme, por apoyarme y por estar todos estos años de Maestría. Por leer y comprender este “nuevo mundo” que hoy compartimos.

A mi familia, mamá, papá, hermanos, tía y madrina, y la familia de Pancho por el apoyo incondicional y su cariño de todos estos años.

A mis amigas, Anita y Vane, por su apoyo incondicional y por hacer que todo sea mucho más fácil, hasta los días interminables de redacción y de largas lecturas.

A Maju por enseñarme tanto y mostrarme que otro mundo y otra economía es posible. Por las correcciones y aportes metodológicos.

A Andrés por sus aportes y por compartir el camino recorrido.

A mis queridos amigos de Burato por el apoyo incondicional de siempre.

A mis compañeros y amigos del trabajo, por hacer posible la cursada, por el apoyo, los consejos y por compartir cada uno de mis avances.

A mis compañeros de Maestría, hoy mis amigos pliderianos, por tantas horas de cursadas, lecturas, kilómetros de ruta, entrevistas y encuestas, trabajos y presentaciones grupales, horas de debate, almuerzos y mates compartidos. Gracias por enseñarme tanto y por estar siempre dispuestos a escuchar, leer, debatir, ayudar y dar ese abrazo en los momentos más necesarios.

A los feriantes y consumidores de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, comerciantes locales del Barrio Bonacina, miembros de la comisión directiva de la Feria, técnicos de INTA y funcionarios públicos por su predisposición para las entrevistas, por compartir sus conocimientos y experiencias, y contribuir a la construcción colectiva de conocimiento.

03 de Noviembre de 2020

Josefina Blanco

Departamento de Geografía y Turismo

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SUR

RESUMEN

El reconocimiento de las ferias como espacios alternativos de comercialización y como estrategias desarrolladas por distintos sectores para superar situaciones de pobreza y exclusión del circuito formal de trabajo, invita a reflexionar sobre estos espacios sociales como procesos de organización colectiva y estrategias de intervención local para contribuir al desarrollo rural e integración territorial.

El presente trabajo de investigación estudia las ferias, como estrategias de acción colectiva y reproducción social-económica, analizando su incidencia en el desarrollo local de un determinado territorio. Para ello se propone una metodología de investigación de tipo cuali-cuantitativa, y se opta por el estudio de caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina” de la localidad de Pedro Luro, provincia de Buenos Aires. En consecuencia, la investigación aborda la problemática contemporánea, de inserción de productos al mercado, que viven los productores familiares de nuestro país, como así también la conformación de un espacio de encuentro e intercambio de saberes, conocimientos y experiencias, donde construyen “otra economía”: la Economía Social y Solidaria.

El resultado de esta investigación pone en evidencia la incidencia de las ferias en el desarrollo local de un determinado territorio, y propone analizar si este instrumento es replicable como modelo de intervención para promover dicho desarrollo en otros ámbitos. A su vez, permite visualizar y dimensionar la importancia de las ferias en la Argentina, contribuyendo con ello a la generación de políticas públicas (tanto en el ámbito local como provincial y nacional), que impulsen su réplica a lo largo de todo el territorio argentino.

Palabras claves: Agricultura familiar; Circuitos cortos de comercialización; Economía Social; Desarrollo Local; Acción Colectiva

ABSTRACT

The recognition of farmers' markets as alternative marketplaces and as strategies developed by different social sectors to overcome poverty and exclusion from formal employment, invites us to reflect on these places as processes of collective organization and local intervention strategies to contribute to the rural development and territorial integration.

This research studies the farmers' markets, as strategies for collective action and social-economic reproduction, analyzing their incidence in the development of a given territory. For this, a qualitative-quantitative research methodology is proposed, and the "Feria Regional Barrio Bonacina" in Pedro Luro, Buenos Aires, is chosen as a case study. Consequently, the research addresses the contemporary problem of placing products on the market, experienced by local producers in our country, as well as the creation of a space for meeting and exchanging knowledge and experiences in which the "other economy", the Social Economy, gets built.

As a result, this research highlights the incidence of farmers' markets in the development of a given territory, and proposes to analyze whether this instrument is replicable as an intervention model to promote such development in other areas. At the same time, it allows to visualize and measure the importance of farmers' markets in Argentina, thereby contributing to the generation of public policies (at both local and provincial, as well as national levels), which promote their replication throughout the Argentine territory.

Keywords : Family farming ; Short Marketing Circuits ; Social Economy ; Local Development ; Collective Action

Certifico que fueron incluidos los cambios y correcciones sugeridas por los jurados.



Dr. Roberto BUSTOS CARA

ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS	II
RESUMEN.....	III
ABSTRACT.....	IV
1. INTRODUCCIÓN.....	6
1.1 Planteamiento del problema de investigación	6
1.1.1 Las “ferias francas” o ferias de la Agricultura Familiar	7
1.1.2 Expansión de ferias comerciales urbanas.....	9
1.1.3 Inmigración boliviana en Argentina y las ferias como forma de inserción social, cultural y económica.....	10
1.1.4 Caso de estudio: “Feria Regional Barrio Bonacina”.....	11
1.2 Objetivos	14
1.2.1 Objetivo general.....	14
1.2.2 Objetivos específicos	14
1.3 Hipótesis	14
1.4 Justificación o relevancia del tema	15
2. ABORDAJE ANALÍTICO Y METODOLÓGICO	16
2.1 Marco teórico y conceptual	16
2.1.1 La relación entre los circuitos cortos de comercialización, la Agricultura Familiar, la Economía Social (ES), la Economía Social y Solidaria (ESS) y la Economía Popular (EP).....	17
2.1.2 La dimensión social del territorio.....	25
2.1.3 Las ferias como estrategias de acción colectiva	27
2.1.4 Las ferias como estrategias de reproducción social y económica.....	32
2.1.5 La noción de desarrollo territorial.....	42
2.2 Metodología de la investigación.....	47
3. ESTUDIO DE CASO: “FERIA REGIONAL BARRIO BONACINA”	51
3.1 Contexto territorial: Valle Bonaerense del Río Colorado (VBRC)	51
3.1.1 Localización geográfica y caracterización productiva del área de estudio....	51

3.1.2 Los ciclos migratorios y las redes sociales.....	56
3.1.3 Caracterización del inmigrante boliviano: de “mediero” a “arrendatario”.....	58
3.1.4 La radicación de las familias bolivianas en Pedro Luro y la “Feria Regional Barrio Bonacina”	64
3.1.5 Antecedentes de ferias en el VBRC	67
3.2 La “Feria Regional Barrio Bonacina”	71
3.2.1 Contexto y surgimiento de la Feria	71
3.2.2 Generación y evolución de la acción colectiva en la “Feria Regional Barrio Bonacina”	80
3.2.3 La feria y su proceso de patrimonialización	82
3.3 La feria y sus múltiples dimensiones de análisis	84
3.3.1 Espacio ferial: La feria como espacio de trabajo.....	85
3.3.2 Caracterización de la “Feria Regional Barrio Bonacina”	96
3.3.3 Los feriantes: particularidades de sus actividades.	103
A. Estrategias de reproducción social- económica de los feriantes	109
B. Trayectorias socio laborales de los feriantes	114
3.3.4 Principales conflictos de la Feria.....	117
3.3.5 Los consumidores: sus características.....	122
3.4 Impacto territorial de la “Feria Regional Barrio Bonacina”	127
3.4.1 Desarrollo territorial: cohesión social y territorial, y el proceso de aprendizaje.	128
3.4.2 Desarrollo territorial: sus dimensiones de análisis y el capital social.....	135
3.4.3 Principales aportes económicos de la “Feria Regional Barrio Bonacina”	141
4. CONCLUSIONES.....	145
5. REFLEXIONES FINALES	149
6. BIBLIOGRAFÍA.....	151
ANEXOS	165
ANEXO 1 – LISTADO DE ENTREVISTADOS	165

ANEXO 2 - GUIAS DE ENTREVISTAS PARA INFORMANTES CLAVES	166
ANEXO 3 – ENCUESTA DIRIGIDAS A FERIANTES/PRODUCTORES.....	168
ANEXO 4– PROCESAMIENTO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A FERIANTES/PRODUCTORES	169
ANEXO 5 – ENCUESTA DIRIGIDAS A CONSUMIDORES	175
ANEXO 6- ORDENANZA MUNICIPAL 2746/2014	177
ANEXO 7- ORDENANZA MUNICIPAL 3136/2018	185

ÍNDICE FIGURAS

Figura 1: La Economía Mixta.....	22
Figura 2: La Economía Solidaria en la Economía Mixta	23
Figura 3: Evolución teórica de la acción colectiva	29
Figura 4: Localización del área de estudio.....	52
Figura 5: Localización del Valle Bonaerense del Río Colorado.....	53
Figura 6: Localización de la Feria Regional Barrio Bonacina, en Pedro Luro	66
Figura 7: Desarrollo territorial de la “Feria Regional Barrio Bonacina”	129
Figura 8: Agregado de valor de la “Feria Regional Barrio Bonacina”	141

ÍNDICE CUADROS

Cuadro 1: Tipología de unidades económicas	39
Cuadro 2: Tipología de vendedores en ferias urbanas	42
Cuadro 3: Población de las principales localidades del partido de Villarino	55
Cuadro 4: Población extranjera en el Partido de Villarino, Año 2010	56
Cuadro 5: Clasificación de los puestos de la “Feria Barrio Bonacina”	88
Cuadro 6: La dimensiones de la “Feria Regional Barrio Bonacina”	97
Cuadro 7: Estrategias de reproducción social – económica de los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina”	114
Cuadro 8: Trayectoria socio-laborales de los feriantes	115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Feriantes de frutas y verduras de la “Feria Regional Barrio Bonacina”	90
Gráfico 2: Género de los feriantes.....	92
Gráfico 3: Edad de los feriantes.....	93
Gráfico 4: Lugar de residencia de los feriantes	93
Gráfico 5: Composición de los puestos de los feriantes	94

Gráfico 6: Antigüedad de los feriantes	95
Gráfico 7: Motivos de ingreso a la Feria	105
Gráfico 8: La Feria: ¿único ingreso?	107
Gráfico 9: Feriante: ¿Trabaja en el campo?	107
Gráfico 10: Canales de comercialización de los feriantes	109
Gráfico 11: Expectativa, ¿seguir en la Feria?.....	140
Gráfico 12: Evolución del valor agregado de la cebolla y nuevos feriantes (2010/2019)	143
Gráfico 13: Evolución de la superficie sembrada de cebolla (has) en el VBRC y nuevos feriantes	144

ÍNDICE FOTOGRAFÍAS

Fotografías 1, 2 y 3: Feria de Hilario Ascasubi.....	70
Fotografías 4 y 5: Feria de Mayor Buratovich	71
Fotografía 6: Camioneta como puesto de venta en la calle 5 de la Feria	73
Fotografías 7, 8 y 9: Comercios ubicados en la calle 5 de la Feria.....	77
Fotografías 10 y 11: Feria Regional Barrio Bonacina.....	80
Fotografías 12 y 13: Puestos ubicados en la calle 5 de la Feria.....	86
Fotografía 14: Feriante y vendedor de calzado nuevo y usado	90
Fotografía 15: Feriante y productor hortícola	92
Fotografías 16, 17 y 18: Calles donde se encuentra ubicada la Feria	122
Fotografías 19 y 20: Consumidores de la Feria.....	128
Fotografías 21 y 22: Gastronomía ofrecida en la Feria	132
Fotografías 23, 24 y 25: La Feria como espacio de encuentro y socialización	134

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, existen ferias en los más diversos países y lugares del mundo. Cada uno de estos espacios de intercambio adquiere características propias del lugar, como sus olores, sus colores, sus productos, sus músicas, sus culturas y su gente (Busso, 2010b). Se pueden encontrar ferias de frutas y verduras, de flores, de artesanías, de libros usados, de productos artesanales, de vestimenta o de distintos rubros ocupando diferentes lugares del espacio ferial.

El reconocimiento de las ferias como espacios alternativos de comercialización y como estrategias desarrolladas por distintos sectores para superar situaciones de pobreza y exclusión del circuito formal de trabajo, invita a reflexionar sobre estos espacios sociales como procesos de organización colectiva y estrategias de intervención local para contribuir al desarrollo rural e integración territorial.

El presente trabajo de investigación estudia las ferias, como estrategias de acción colectiva y reproducción social-económica, dinamizadoras del desarrollo territorial a partir del estudio de caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina” de Pedro Luro, provincia de Buenos Aires.

1.1 Planteamiento del problema de investigación

En Argentina, el desarrollo de las ferias, como canales alternativos de comercialización, está ligado, principalmente, a la búsqueda de soluciones al problema social que atraviesan los sectores en situación de pobreza y excluidos del circuito formal de trabajo. En este sentido, las ferias les permiten a estos sectores, a través del desarrollo y consolidación de procesos autogestivos y solidarios, no solo satisfacer una parte de sus necesidades básicas de alimentos sino también la generación de ingresos a partir de un proceso de aprendizaje y organización comunitaria (Natinzon et al., 2009). De este modo, las ferias contribuyen a la construcción de prácticas sociales alternativas, encuadradas en el marco tanto de la Economía Social como de la Economía Popular, donde los actores se constituyen en protagonistas de su propio desarrollo.

En este contexto, se destaca la importancia de la Agricultura Familiar en el proceso de creación de las cadenas cortas de comercialización, a través de las ferias “del productor al consumidor” o de “ferias francas”, como forma de incentivar y valorar a los agricultores familiares y contribuir a la alimentación familiar tanto de ellos como

de los consumidores. Asimismo, estos canales alternativos no sólo generan ingresos que garantizan la producción y reproducción de las condiciones de vida de estos agricultores sino también la ocupación de la mano de obra familiar.

Por otra parte, en nuestro país el origen de las ferias está relacionado, además, con tradiciones culturales que se asocian a las poblaciones migratorias que incentivan estas formas de comercialización alternativa, a través de las cuales generan anclajes territoriales con una base cultural común. Existe una afinidad cultural que les sirve para asociarse y para construir una identidad colectiva, que permite el desarrollo local. Esta perspectiva de análisis adquiere una relevancia importante para abordar el estudio de caso dado que permite aportar a la interpretación del hecho social que constituye la “Feria Regional Barrio Bonacina”, siendo esta una feria de inmigrantes en la Argentina.

1.1.1 Las “ferias francas” o ferias de la Agricultura Familiar

En la Argentina, la Agricultura Familiar representa un sector de gran importancia debido a su rol, no sólo como proveedor de alimentos sanos y de calidad en mercados de proximidad (Feito, 2020), sino también como creador de empleo en el espacio rural y ocupación del territorio. Sin embargo, los cambios sociales y económicos producidos por la implementación de políticas neoliberales, han modificado la estructura y funcionamiento de los mercados de materias primas agropecuarias y alimentos, profundizando una multiplicidad de problemas que condicionan el desarrollo del sector, tanto en lo referente a la producción como a la circulación y distribución de los productos que genera (Golsberg y Dumrauf, 2010).

Uno de los mayores problemas que tienen los productores de la Agricultura Familiar, como así también los emprendedores y otros actores de la Economía Social y la Economía Popular en nuestro país, es la inserción, en condiciones favorables, de sus productos al mercado. Esto se debe, entre otras causas a la falta de información sobre los precios, los altos costos de transacción y la dificultad de transporte de los productos que permiten que los intermediarios impongan sus condiciones de compra. Según Feito (2020: 7), esto lleva a que se encuentren *“produciendo y comercializando en desigualdad de condiciones frente a mercados cada vez más concentrados y exigentes”*.

En este contexto, y en un intento por superar estos obstáculos, surgen las ferias, como circuitos cortos de comercialización, que a lo largo de los años se fueron

constituyendo en una alternativa para la venta de los productos de los pequeños productores y de distintos actores, contribuyendo con ello al desarrollo local y al fortalecimiento de las economías locales (Golsberg y Dumrauf, 2010; Feito, 2020).

En nuestro país, el surgimiento de las ferias, como espacios alternativos propios de la agricultura familiar, ha comenzado a desarrollarse a partir de mediados de la década de los 90. Las primeras experiencias de ferias, conocidas como “*ferias francas*”¹, se desarrollaron en la región Noreste (NEA), en la provincia de Misiones, a partir del año 1995, como una alternativa para la supervivencia de los pequeños productores que decidían quedarse en sus campos. Estas ferias estuvieron inspiradas en experiencias similares surgidas en el sur de Brasil.

En este caso, estas ferias se dieron a conocer a través de agrupaciones de pequeños productores que intentaban comercializar directamente sus excedentes de producción, mientras al mismo tiempo, constituían formas alternativas de funcionamiento social, de modalidades asociativas con el estado y de compromiso con la sociedad en la construcción de nuevos modelos de desarrollo local (Ferrari et al., 2014). Fueron las distintas instituciones sociales y estatales de la región que aunaron sus esfuerzos para la creación de estas ferias, las cuales fueron promovidas como una política de desarrollo rural (Busso, 2010b).

Con el tiempo, esta modalidad de comercialización alternativa se ha ido instalando en forma paulatina en otros lugares y provincias del país, con las particularidades propias de cada región. De acuerdo a un relevamiento de las Ferias de la Agricultura Familiar realizado por el CIPAF-INTA (Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico para la Pequeña Agricultura Familiar) en mayo de 2010, si bien se registró una mayor concentración en el NEA (65%), existían ferias en 16 de las 23 provincias del país. También, el relevamiento destaca una importante presencia de estos espacios de comercialización en la región Pampeana (25%), fundamentalmente en las provincias de Buenos Aires y Santa Fe (Golsberg y Dumrauf, 2010).

En la actualidad, si bien no existen datos precisos acerca de la cantidad de ferias y de personas que se encuentran desarrollando actividades en estos espacios públicos, el número de ferias ha ido aumentando notoriamente como consecuencia de las políticas públicas del Estado tanto nacional como provincial y municipal. Esto se debió, principalmente, al apoyo de las instituciones del Desarrollo Social y a distintas políticas de fomento y apoyo a la agricultura familiar y periurbana, entre otras

¹ Según Carballo González (2007) “<<francas>> porque las autoridades locales las eximen del pago de contribuciones e impuestos, como reconocimiento al aporte realizado al consumo popular” (p. 10).

(Maraschio y Castro, 2016). Estas experiencias han transformando la vida de los productores y emprendedores que han encontrado no sólo un espacio para la venta, sino también un lugar de encuentro y de socialización entre ellos y los consumidores (Golsberg y Dumrauf, 2010), entendiéndolos como contribución a una solución duradera al desarrollo local (Cremaschi et al., 2013).

1.1.2 Expansión de ferias comerciales urbanas

En Argentina, a partir del último cuarto del siglo XX e inicios del XXI, se observa el rol compensador que adquirió el trabajo informal en el mercado de trabajo, a través de la proliferación de las ferias y de venta ambulante en diversos espacios públicos, evitando con ello la elevación del desempleo. Esto implicó, además, un proceso de mayor visibilización de estas actividades informales y su debate en la agenda pública (Busso, 2010a).

En todo el país, la crisis sociopolítica y económica del 2001 hizo que miles de trabajadores despedidos o con sus ingresos disminuidos, se vieran impulsados a trabajar en ferias como un espacio alternativo para la generación de ingresos. De esta forma, además de multiplicarse las ferias, surgieron otras donde prevalecía la venta de manualidades y de artículos usados (Busso, 2010b). Además, implicó que la calle se constituya *“en el único espacio dentro del mercado laboral que parecía abrir sus puertas a los trabajadores desempleados, como la última trinchera desde donde resistir la incontrolable caída en la pobreza y en la marginalidad”* (Busso, 2010a: 2).

En ese momento, Argentina se encontraba con un mercado de trabajo pauperizado, con bajos ingresos, altas tasas de desocupación y un aumento significativo en el número de ocupaciones precarias e informales, es decir, actividades ligadas a la “sobrevivencia” con bajas remuneraciones (Busso, 2010a). Según Busso (2010a: 9) *“dichos trabajos ya no respondían a una lógica de elección o satisfacción, sino a una de refugio o supervivencia”*. Asimismo, otros autores se refieren al tema sosteniendo que:

“A raíz de la crisis socio-económica del 2001, desencadenada por la aplicación de políticas de estabilización y ajuste estructural durante la década del '90, toda la sociedad sufre profundas transformaciones que impactaron en el conjunto de los ámbitos de la vida social, emergiendo niveles de desigualdad y exclusión sin precedentes. Se restringe el mercado laboral con la consiguiente expulsión de mano de obra, que se traduce, entre otros aspectos, en el aumento de la desocupación y la pobreza así como una creciente inseguridad y pérdida de soberanía alimentaria. Esto se profundiza en aquellos sectores más postergados de la sociedad”. (Cremaschi et al., 2013: 5).

Por lo tanto, a partir de lo ocurrido con la reestructuración del mercado laboral y al redimensionamiento de las actividades informales (Mauricio, 2009), puede evidenciarse el desarrollo de experiencias de ferias, que representan alternativas de comercialización y acceso para aquellos sujetos que se encuentran al margen de los circuitos capitalistas tradicionales, ya sea de manera forzada o voluntariamente (Maraschio y Castro, 2016), revalorizando en algunos casos la participación de la pequeña producción agropecuaria en dichos espacios alternativos.

1.1.3 Inmigración boliviana en Argentina y las ferias como forma de inserción social, cultural y económica.

La inmigración boliviana, adquiere una relevancia importante en nuestro país a partir de la década de 1970 cuando comienzan a incorporarse al mercado laboral del cordón hortícola del AMBA (en las áreas periurbanas más específicamente). Esto dio origen a la conocida "*bolivianización de la horticultura*" (Benencia, 2004).

De acuerdo a varios autores, esto se corresponde con el tercer momento del ciclo migratorio de la población boliviana en Argentina, que implica el desplazamiento de los trabajadores bolivianos al sur, en especial al Gran Buenos Aires (Mariano (2015); Zalles Cueto (2002)). Esto fue posible debido a las "*redes sociales*" entre los inmigrantes y sus familiares, vecinos y amigos que posibilitaron la migración en cadena, como ocurrió en la zona del Valle Bonaerense del Río Colorado (VBRC) que conforma el área de estudio investigativo.

Estas familias de inmigrantes bolivianos comienzan trabajando como "medieros" para convertirse luego en arrendatarios o propietarios de las quintas, fenómeno desarrollado por Benencia (2005a) para los distintos cinturones hortícolas de nuestro país y conocido como "*escalera hortícola boliviana*", y que es explicado en el apartado 3.1.3 de la Tercera Parte del presente trabajo de investigación. En los últimos años, muchos de ellos han logrado insertarse en la comercialización, ya sea teniendo sus propios puestos en distintas ferias o diversos mercados fruti-hortícolas. Cabe mencionar también, que en la década de 1990 emergieron mercados concentradores de frutas y verduras en distintas localidades tales como Escobar, Pilar, Moreno, Morón y Luján administrados por los propios productores-comercializadores de origen boliviano (Pizarro, 2009a).

De este modo, se evidencian las ferias como una de las prácticas culturales de la comunidad boliviana en nuestro país, constituyéndose en un lugar de encuentro y

reafirmación de su identidad, que les permite su interacción e integración con la comunidad receptora. Las ferias junto a otros espacios sociales, identificados con la “colectividad boliviana”, como por ejemplo, asociaciones, clubes, fiestas y barrios, han motivado a diversos investigadores a analizar los asentamientos o enclaves económicos y socioculturales de los inmigrantes bolivianos en ciertos espacios urbanos, el estudio de distintas ceremonias o fiestas religiosas y las asociaciones de inmigrantes bolivianos en espacios urbanos específicos (Pizarro, 2009b).

1.1.4 Caso de estudio: “Feria Regional Barrio Bonacina”

En este contexto, dentro de la provincia de Buenos Aires, se encuentra la experiencia de la “Feria Regional Barrio Bonacina”², que conforma el estudio de caso de la presente tesis. Esta feria está localizada en la ciudad de Pedro Luro dentro del Partido de Vilarino³, y surge en el año 2009 como resistencia y búsqueda de alternativas económicas por parte de un grupo de pequeños productores hortícolas de origen boliviano.

Con el tiempo, este espacio de comercialización alternativo para la venta de excedentes de hortalizas de los pequeños productores de la Agricultura Familiar comienza tanto a ampliarse como diversificarse, congregando mayoritariamente a miembros de la colectividad boliviana, volviéndose un espacio de venta de mayor cantidad de productos que puede ser encuadrado en el marco tanto de la Economía Social como de la Economía Popular. Actualmente, cuenta, no solamente con puestos de frutas y verduras frescas, sino que también ofrece especias y condimentos, panificados, productos de reventa (indumentaria, artículos de bazar y limpieza), y hasta comidas típicas del altiplano de nuestro país y de Bolivia, como las conocidas “empanadas salteñas” y la sopa de maní, respectivamente.

En este marco se observa: la oferta directa a los consumidores, el intercambio de saberes, el uso del espacio público y las actividades culturales propias de la comunidad boliviana. De este modo, el trabajo de forma colectiva les permite potenciar y fortalecer el conocimiento y habilidades con que cuentan pero que no ha sido valorado por el sistema que los rodea (Natinzon et al., 2009).

² La “Feria Regional Barrio Bonacina es conocida popularmente como “Feria Barrio Bonacina”, debido al nombre del barrio donde se localiza.

³ La localidad de Pedro Luro integra, junto a otras localidades del Partido de Villarino y Patagones, el área de estudio investigativo denominado Valle Bonaerense del Río Colorado (VBRC).

El número total de feriantes que participan ronda entre los 160 y 180 puestos cada jornada ferial, alcanzando los 200 puestos durante los meses de diciembre a junio (correspondiente al alza de la actividad económica en la zona, vinculada a la época de cosecha del cultivo de la cebolla) de cada año. La Ordenanza Municipal N° 2746 del año 2014 habilita la Feria en la vía pública dejando abierta la posibilidad de replicar esta experiencia en otras localidades del Distrito de Villarino. La Feria funciona desde sus inicios semanalmente, los días domingos, con un fuerte apoyo y reconocimiento de los vecinos de Pedro Luro y sus alrededores.

La perspectiva desde la que se aborda la investigación es considerar las ferias como canales cortos de comercialización. Este enfoque teórico y metodológico permite reflexionar sobre las relaciones entre los circuitos cortos y el desarrollo territorial, ampliando la dimensión de las ferias como lugares de encuentro, de socialización y reproducción identitaria de los territorios (CEPAL, 2016).

De este modo, se estudia la “Feria Regional Barrio Bonacina” como un espacio apropiado por los actores de la Agricultura Familiar y por aquellos encuadrados en el marco tanto de la Economía Social y Solidaria como de la Economía Popular, propicio para que concreten los intercambios no solo económicos y comerciales, sino también culturales y sociales entre ellos y con la comunidad. El enfoque de la Economía Social se utilizará a lo largo de toda la investigación dado que permite el abordaje integral de los aspectos tanto comerciales como culturales que involucra una feria. Asimismo, este enfoque permite comprender aquellos procesos socioeconómicos que involucran a los distintos sujetos y las relaciones sociales complejas que establecen tanto los productores y feriantes entre sí, y con los consumidores (Maraschio y Castro, 2016).

A lo largo del trabajo, a través de la perspectiva de la acción colectiva, se intenta explorar y dar cuenta de la especificidad de los procesos asociativos impulsados por los inmigrantes bolivianos en las sociedades en las que residen. Estos inmigrantes construyen una identidad colectiva, un “*nosotros*” colectivo, a partir del cual reproducen y actualizan elementos de su cultura original (Benencia y Canevaro, 2017), como es el caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina”

La metodología de esta investigación fue de tipo cuali-cuantitativa con el objetivo de lograr caracterizar y comprender la “Feria Regional Barrio Bonacina” de Pedro Luro como forma de acción colectiva y espacio de la Economía Social y Solidaria y la Economía Popular, siendo para los feriantes, además, una estrategia de reproducción social-económica. Las actividades que se realizaron fueron: revisión y análisis bibliográfico, entrevistas en profundidad a informantes claves, visitas a la

Feria, observación directa sobre el terreno, utilización de datos censales y un relevamiento de la Feria a través de encuestas a feriantes y consumidores.

En la segunda parte de la tesis, se presentan los aspectos teóricos y metodológicos que dan sustento a este trabajo de investigación. Mientras que en la tercera parte, se presenta el estudio de caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina” en cuatro capítulos diferentes. En el primero de ellos, se hace una descripción del contexto territorial donde se encuentra emplazada la Feria. En el segundo capítulo, se presenta “Feria Regional Barrio Bonacina”, su surgimiento y origen como forma de acción colectiva con el objetivo de aportar a la interpretación del hecho social que constituye esta Feria de inmigrantes en la Argentina. En el tercer capítulo, se realiza un análisis de la Feria y sus múltiples dimensiones siguiendo la metodología propuesta por la socióloga Mariana Busso (2010b). La autora presenta una perspectiva analítica que permite estudiar el trabajo en espacios públicos, particularmente en ferias comerciales, a través de seis dimensiones: físico-estructurales, sociodemográficas, legales/institucionales, comerciales, políticas e ideológico-culturales.

Para la recolección de los datos y su posterior análisis se realizó un relevamiento de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, que consistió en la realización de encuestas a 180 puestos de feriantes durante varios meses, desde octubre de 2019 a marzo de 2020. A partir de la información obtenida del relevamiento de encuestas, se realizó la caracterización de este espacio ferial con todas sus particularidades y conflictos. A su vez, se indagó sobre los comportamientos y estrategias de reproducción social-económica de los feriantes, identificando sus trayectorias socio-laborales.

Por último, en el cuarto capítulo se expone la forma en que la Feria y sus actores contribuyen al desarrollo territorial de la localidad de Pedro Luro y la zona del Valle Bonaerense del Río Colorado del Partido de Villarino, apropiándose del espacio público y resignificando con ello el mercado como espacio de trabajo. Este capítulo permite además, pensar la Feria no como un evento particular sino como un proceso, una construcción colectiva que contribuye al desarrollo local y al fortalecimiento de sus economías.

En resumen, el objetivo del trabajo será analizar la incidencia de las ferias, como formas de acción colectiva y estrategias de reproducción social-económica, en el desarrollo local de un determinado territorio, a partir del estudio de caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina”. El interés por estudiar y comprender esta Feria tiene que ver con su especificidad y con el propósito de analizar si este instrumento es replicable

como modelo de intervención para promover el desarrollo local tanto en el Partido de Villarino como en otros ámbitos.

A modo de conclusión, este trabajo permitirá también visualizar y dimensionar la importancia de las ferias en la Argentina, contribuyendo con ello a la generación de políticas públicas (tanto en el ámbito local como provincial y nacional), que impulsen su réplica a lo largo de todo el territorio argentino.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar la incidencia de las ferias, como formas de acción colectiva y estrategias de reproducción social-económica, en el desarrollo local de un determinado territorio, a partir del estudio de caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina”.

1.2.2 Objetivos específicos

- Analizar y comprender la “Feria Regional Barrio Bonacina” como forma de acción colectiva y estrategia de reproducción social-económica.
- Analizar el proceso organizativo de la feria y sus características principales, como por ejemplo: el comportamiento de los productores y de los consumidores, el rol de la mujer, los hábitos, reglas, valores y conocimientos compartidos, entre otros.
- Identificar los actores (productores y consumidores) de la feria bajo estudio e indagar sobre su comportamiento, a través de las entrevistas y encuestas.

1.3 Hipótesis

1.3.1 La “Feria Regional Barrio Bonacina”, le permite a los productores la conformación de un espacio de encuentro e intercambio de saberes, conocimientos y experiencias, donde construyen “*otra economía*”: la Economía Social y Solidaria.

1.3.2 Las ferias no son sólo estrategias de comercialización para generar ingresos monetarios, sino que también permiten la permanencia de los productores dentro de sus sistemas productivos y sociales, logrando su reconexión con el territorio.

1.4 Justificación o relevancia del tema

A los fines del presente trabajo, el estudio de la “Feria Regional Barrio Bonacina” aportará al conocimiento de sus distintas dinámicas y su proceso organizativo de acción colectiva. También será posible analizarla en sus diferentes dimensiones: sociales, económicas y territoriales. Esto ayudaría a proponer futuras acciones de intervención para lograr no sólo la permanencia de los pequeños productores dentro de sus sistemas productivos sino también la continuidad de territorios rurales vivos.

Asimismo, se pretende poner en valor las principales funciones que tienen las ferias en nuestro país, como abastecimiento interno, absorción de mano de obra y dinamizadoras del desarrollo local. En este sentido, serán abordadas desde la perspectiva de la Economía Social y Solidaria.

De esta forma, las ferias forman parte de una nueva economía alternativa que entre sus argumentos permite acercar los productos a los consumidores a través de formas de solidaridad colectiva. Además, estos espacios de comercialización les permiten a los pequeños productores, emprendedores y artesanos ofrecer sus productos de manera directa al consumidor, es decir, sin intermediarios. Estas experiencias son conocidas como “ferias del productor al consumidor”.

Las ferias populares, permiten que productores organizados se conecten cara a cara con consumidores eliminando la “*intermediación parasitaria*” y ganando una batalla contra aquellos que aumentan los precios de los alimentos frescos de los sectores populares menoscabando su ingreso real (Ferrari et al., 2014)

Por lo tanto, las ferias del “*productor al consumidor*” y de la Economía Social y Solidaria, representan espacios públicos alternativos que facilitan no solamente actividades económicas, sino también sociales y culturales ambientalmente sostenibles, contribuyendo a una buena calidad de vida (Caracciolo y Foti, 2013).

En resumen, el problema de investigación está orientado por el interés por conocer si las ferias son un instrumento aplicable al desarrollo local en el sentido de una mejora de las condiciones de vida de las comunidades reales.

2. ABORDAJE ANALÍTICO Y METODOLÓGICO

2.1 Marco teórico y conceptual

La perspectiva desde la que se aborda la investigación es considerar las ferias como canales cortos de comercialización. Este enfoque teórico y metodológico permite reflexionar sobre las relaciones entre los circuitos cortos y el desarrollo territorial, ampliando la dimensión de las ferias como lugares de encuentro, de socialización y reproducción identitaria de los territorios (CEPAL, 2016).

De la revisión bibliográfica sobre la temática planteada, surgen numerosas publicaciones y estudios que permiten afirmar la rápida expansión y crecimiento que están teniendo los circuitos cortos de comercialización a lo largo del país. Asimismo, sus diferentes formas no solo se han multiplicado sino también diversificado, siendo las ferias una de las experiencias más reproducidas.

La noción de circuitos cortos de comercialización permite la inserción de la agricultura familiar en los mercados, considerando no sólo el entorno sino también el territorio como elemento central del análisis (CEPAL, 2016). De este modo, se incluye además de la dimensión geográfica del territorio, su dimensión social, económica, ambiental y organizativa.

En este contexto, surge la feria como estrategia de “*acción colectiva*” situada en un territorio, entendiéndose esta última, según Bustos Cara (2008: 90) *como “la integración de actores y sujetos en formas de reacción, movilización o asociación que expresan demandas de conjunto, de participación o interacción”*.

De este manera, aparecen las agrupaciones de pequeños productores como así también otros actores que pueden incluirse en el marco tanto de la Economía Social y Solidaria como de la Economía Popular que intentan comercializar directamente sus productos, al mismo tiempo que constituyen formas alternativas de funcionamiento social, de modalidades asociativas con el estado y de compromiso con la sociedad en la construcción de nuevos modelos de desarrollo local (Ferrari et al., 2014: 4).

Por lo tanto, las ferias surgen como espacios apropiados por los actores de la Agricultura Familiar y por aquellos encuadrados en el marco tanto de la Economía Social como de la Economía Popular, propicios para que concreten los intercambios no solo económicos y comerciales, sino también culturales y sociales, entre ellos y la comunidad. Surgen de esta forma, las estrategias de reproducción social de las

familias y de las unidades de la Economía Social y la Economía Popular, que estarán condicionadas por cuestiones inherentes al trabajo que realizan y al territorio en el que están insertos.

Estos conceptos serán movilizados para estudiar el proceso organizativo de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, y sus distintas dinámicas que le permiten su continuidad en un determinado territorio.

2.1.1 La relación entre los circuitos cortos de comercialización, la Agricultura Familiar, la Economía Social (ES), la Economía Social y Solidaria (ESS) y la Economía Popular (EP).

Para los fines del presente trabajo, es necesario desarrollar un marco conceptual e interpretativo que permita comprender los procesos de comercialización de la agricultura familiar, como el caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina”. Para ello, se propone analizar cómo los actores de la *Agricultura Familiar* organizan ferias y mercados en el marco tanto de la *Economía Social y Solidaria* como de la *Economía Popular*. Lo que implica asumir que estos procesos de comercialización e intercambio son considerados tanto particulares como diferentes, respecto de aquellos que son propios de los subsistemas de la economía empresarial capitalista y la economía pública estatal (Caballero, Dumrauf et al, 2011).

Se parte del concepto de **circuitos cortos de comercialización** entendido como una *“forma de comercio basada en la venta directa de productos frescos o procesados donde la distancia entre productores es minimizada”* (CEPAL, 2016: 14), que permite la inserción de la agricultura familiar en los mercados. En este marco, la CEPAL presenta además una clasificación de los circuitos cortos, que permite analizar las ferias de venta directa como espacios privilegiados de comercialización de productos de la agricultura familiar. Respecto a este tema, Ferrari et al. (2014) consideran que la venta en los mercados locales y en las ferias populares, situados en las cercanías de sus explotaciones sirviendo de abastecimiento de la población local, constituyeron históricamente una de las alternativas de comercialización más efectivas para los pequeños productores agropecuarios.

Siguiendo esta línea de trabajo, se analiza el sujeto social que impulsa estas experiencias de ferias abordando la **agricultura familiar** desde la definición del FONAF (2006), como:

“Una forma de vida y una cuestión cultural, que tiene como principal objetivo la reproducción social de la familia en condiciones dignas, donde la gestión de la

unidad productiva y las inversiones en ella realizadas es hecha por individuos que mantienen entre sí lazos de familia, la mayor parte del trabajo es aportada por los miembros de la familia, la propiedad de los medios de producción (aunque no siempre de la tierra) pertenece a la familia, y es en su interior que se realiza la transmisión de valores, prácticas y experiencias". (FONAF, 2006: 8).

Asimismo, el FONAF (2006) en su definición anterior incluye distintos conceptos que se han usado o se usan en diferentes momentos, como son: Pequeño Productor, Minifundista, Campesino, Chacarero, Colono, Mediero, Productor familiar y también los campesinos y productores rurales sin tierra y las comunidades de pueblos originarios. El concepto amplio de Agricultura Familiar, tanto urbana como rural, comprende las actividades agrícolas, ganaderas o pecuarias, pesqueras, forestales, las de producción agroindustrial y artesanal, así como las tradicionales de recolección y el turismo rural.

Siguiendo a Feito (2020), la Agricultura Familiar en nuestro país es una categoría en construcción. La autora sin entrar en un intenso debate sobre el concepto y articulando distintos autores, lo define como:

"Un tipo de producción en la cual la unidad doméstica y la unidad productiva están físicamente integradas. La agricultura es la principal ocupación y fuente de ingresos del grupo familiar y la familia aporta la fracción predominante de la fuerza de trabajo. La racionalidad del productor familiar es muy diferente a la lógica empresarial, ya que tiene como finalidad la reproducción de las unidades domésticas, distinguidas por el perfil familiar de la unidad, la fuerza del trabajo familiar, la mercantilización parcial de la producción, la indivisibilidad del ingreso familiar, la preferencia por tecnologías intensivas en mano de obra y la pertenencia a un grupo territorial; siendo en su interior que se realiza la transmisión de valores, prácticas y experiencias". (Feito, 2020: 6-7).

Por lo tanto, la Agricultura Familiar hace referencia a *"aquellas familias que lograron desarrollar una estrategia de producción, comercialización y administración que les permite sortear las vicisitudes del sistema"* (FONAF, 2006: 9). Respecto a este tema, los autores Schneider y Peyré Tartaruga (2006) consideran importante comprender y analizar las dinámicas territoriales que marcan la presencia y la transformación de la agricultura familiar en los espacios rurales, entendiendo como ocurre el proceso de cambio social de estos pequeños productores y sus familias.

De este modo, se evidencia que uno de los mayores problemas que tienen los productores de la agricultura familiar en nuestro país, es la inserción en condiciones favorables de sus productos al mercado. Esto conduce no sólo a una fuerte dependencia de los productores familiares a los intermediarios, sino también a la falta de liquidez de las familias productoras y a la dificultad de su acceso al crédito en condiciones favorables (CEPAL, 2016).

Siguiendo esta línea, Ceverio y Brieva (2016) sostienen que:

“En la Argentina, la concepción de economía social y solidaria ha guiado la implementación de canales cortos de comercialización para la pequeña agricultura familiar como una forma de acceso al mercado y de mejora de los ingresos de los productores integrando etapas entre la producción y el consumo”. (Ceverio y Brieva, 2016: 98)

En este marco el concepto de **Economía Social** hace referencia a aquellas *“unidades económicas no capitalistas porque se basan en el trabajo familiar o asociativo y no en el trabajo asalariado”* (Caracciolo y Foti, 2013: 6). Es decir, son aquellos sujetos que necesitan para vivir de su trabajo directo, ya sea de forma unipersonal, asociativa o comunitaria (Caracciolo y Foti, 2013). Asimismo, Maraschio y Castro (2016: 182) sostienen que la economía social *“incluye a todas aquellas unidades económicas en las que no existe separación entre propietarios de los medios de producción y los trabajadores, ellos son los que toman las decisiones y los que se apropian de los beneficios obtenidos”*.

Por otra parte, Caballero, Dumrauf et al. (2011) consideran que para lograr una mayor comprensión de los procesos organizativos en la creación de ferias y mercados de Economía Social, debe entenderse que:

“La organización colectiva no surge de procesos naturales, ni resulta predeterminada estructuralmente. La organización colectiva emerge en procesos socio-culturales que tensionan el habitus de los actores en torno a una estrategia compartida de cambio (Bourdieu, 2001). Las ferias y mercados de ES [Economía Social] 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, Dumrauf et al., 2011: 28)

A su vez, Maraschio y Castro (2016) consideran que el Enfoque de la Economía Social permite realizar un abordaje integral de los aspectos comerciales y culturales que involucra una feria. Entendiéndose que en este espacio, que es básicamente un mercado, las relaciones exceden las lógicas capitalistas de producción del capital. Asimismo, para los autores este enfoque permite comprender aquellos procesos socioeconómicos que involucran a los distintos sujetos y las relaciones sociales complejas que establecen tanto los productores y feriantes entre sí y con los consumidores.

Siguiendo a Caracciolo y Foti (2013), en la economía mundial, actual, capitalista, globalizada y concentrada se diferencian tres tipos de mercados o subsistemas: 1) capitalistas (son los hegemónicos); 2) estatales y 3) de la economía social, entre los que existen distintos tipos de flujos económicos. Este último subsistema es un campo en construcción, tanto a nivel teórico como de las prácticas

sociales. Además, es considerado como una forma alternativa al capitalismo dominante, encontrándose en debate no sólo en Argentina sino también en otros países de América Latina.

Los orígenes de la Economía Social, en el mundo occidental, se remontan al siglo XVIII con la búsqueda de formas económicas alternativas al capitalismo dominante y como una forma más equitativa de organizar el trabajo productivo. Se reconocen dos vertientes: la histórica y la reciente (Caracciolo y Foti, 2013).

Respecto a la histórica o tradicional, se pueden observar tres modalidades: una más institucional, resultado de los abusos que sufrían los trabajadores como consecuencia de la revolución industrial y venida en Argentina principalmente de las manos de los inmigrantes europeos. Otra, la llamada agricultura familiar y campesina, las comunidades aborígenes; y por último, las trayectorias laborales de cuentapropistas en diversos rubros como son los talleristas, pequeños comerciantes y artesanos (Caracciolo y Foti, 2013). La segunda vertiente se refiere, según Caracciolo y Foti⁴:

“A las experiencias más recientes de emprendimientos familiares y asociativos, cuyos trabajadores/as, por necesidad – expulsados del mercado de trabajo capitalista -, o por convicciones valorativas – búsqueda de otra sociedad y otra economía-, también funcionan con una organización del trabajo autogestivo y una lógica diferente a la de dicho mercado, y que en la Argentina se expanden desde fines de los años 90´ y en forma explosiva con la crisis del 2001/2002 que quebró el mercado de trabajo en la Argentina y provocó graves consecuencias sociales”. (Caracciolo y Foti, 2013: 5)

Por otra parte, según Coraggio (2013) toda economía puede ser analizada como compuesta por tres sectores o formas de organizar los procesos económicos: a) el empresarial privado (conocida como economía empresarial privada), b) el del estado o público (conocida como economía estatal o pública), y c) el de economía popular.

La primera de ellas, la economía empresarial privada es un sector que se organiza como un subsistema más o menos articulado de empresas de capital que tienen como objetivo acumular capital. Mientras que la segunda de ellas, la economía estatal o pública comprende las unidades administrativas de organización de los estados que tienen como objetivo lograr el bien común: ya sea instancias de gobierno central, presidencia, ministerios, provincias, municipios, empresas públicas u organizaciones que proveen servicios públicos (como escuelas u hospitales) (Coraggio, 2013).

⁴ Según Caracciolo y Foti (2013: 15) *“los efectos de más de doscientos años de dominio del sistema capitalista basado en la explotación del trabajo, el consumo desenfrenado y la destrucción de la naturaleza, muestran la necesidad de construir ‘otra economía’ ”.*

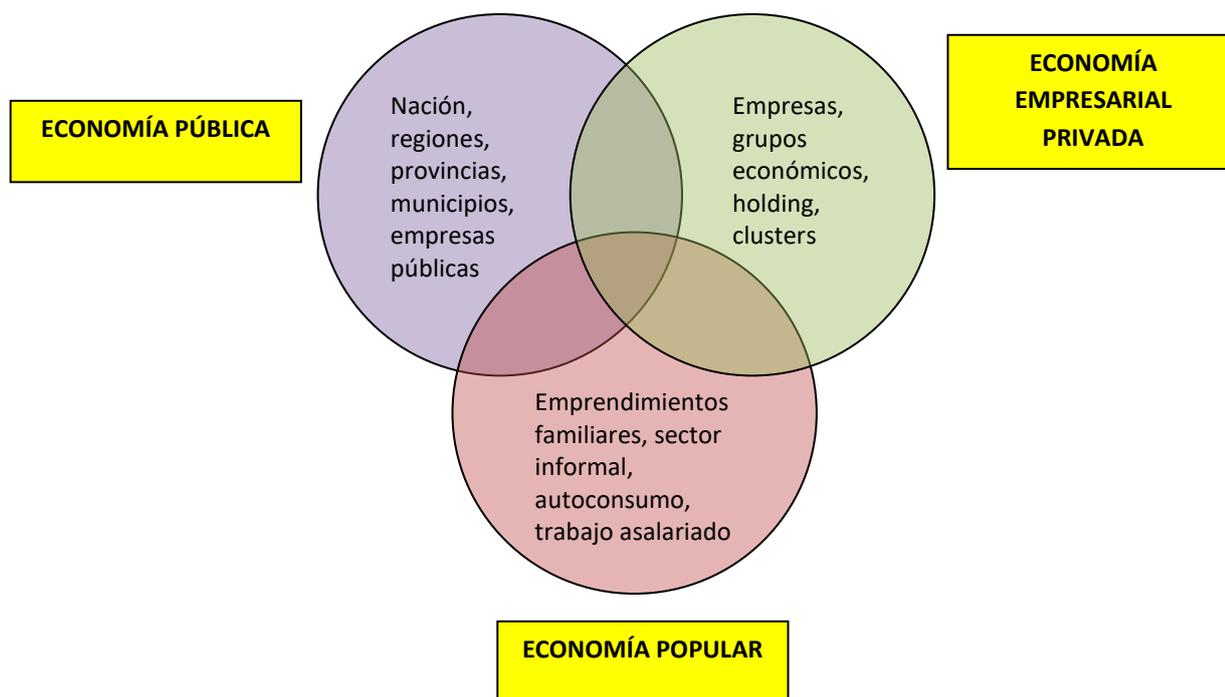
El sector de la **Economía Popular** comprende las unidades domésticas, es decir, los hogares, sus organizaciones económicas asociativas de diverso tipo y las comunidades. Coraggio (2013: 17) sostiene que *“su sentido es la reproducción biológica y social de la vida de sus miembros en las mejores condiciones posibles”*. Se caracteriza por ser *“un subsistema económico orgánicamente articulado, centrado en el trabajo, con una lógica propia, diferenciado y contrapuesto a la Economía del Capital y a la Economía Pública”* (Coraggio, 2007a: 5). Su trabajo de reproducción y mercantil es organizado de manera autónoma, abarcando las siguientes formas: el trabajo por cuenta propia (microemprendimientos) o informal, trabajo asalariado, trabajo de producción de bienes y servicios para el autoconsumo y trabajo específicamente dedicado a la formación y capacitación (Coraggio, 1998).

Asimismo, Coraggio (2015: 5) afirma que *“la economía popular restituye la unidad entre producción y reproducción que el mercado capitalista rompió (...) no es un sistema económico completo alternativo al capitalista. Es la base socioeconómica de transformaciones profundas desde el interior de ese sistema”*. Siguiendo al autor, es necesario aclarar que la economía popular no es economía social (Coraggio, 2010). La economía popular es la economía de los trabajadores que, en una sociedad capitalista, amenazados por el desempleo, la exclusión y el hambre, buscan su propia sobrevivencia. Por ello, esta economía comprende a aquellos que dependen de su capacidad de trabajo para la reproducción de su vida. Además, *“los agentes de la economía popular están introyectados por los valores individuales del sistema de mercado capitalista”* (Coraggio, 2010: 60).

Por ello, *“la propuesta de la **economía social** no es la de ampliar la **economía popular**, porque la economía popular es parte del sistema capitalista, sino superarla”* (Coraggio, 2010: 60). *“Aunque la Economía Popular realmente existente es la prioridad y la base económica para avanzar hacia un sistema de **Economía Social y Solidaria**”* (Elverdin et. al, 2014: 29).

Por otro lado, las intersecciones entre la economía empresarial privada, la economía pública y la economía popular permiten reflejar formas de economía mixta (ver Figura 1), como por ejemplo, una empresa mixta (privada-estatal) o una empresa de servicios públicos con participación de los usuarios. Asimismo, entre los tres sectores o economías existen tanto intercambios mercantiles como transferencias unilaterales monetarias o no monetarias, como subsidios, impuestos, donaciones, bienes públicos, remesas, etc. (Coraggio, 2013).

Figura 1: La Economía Mixta



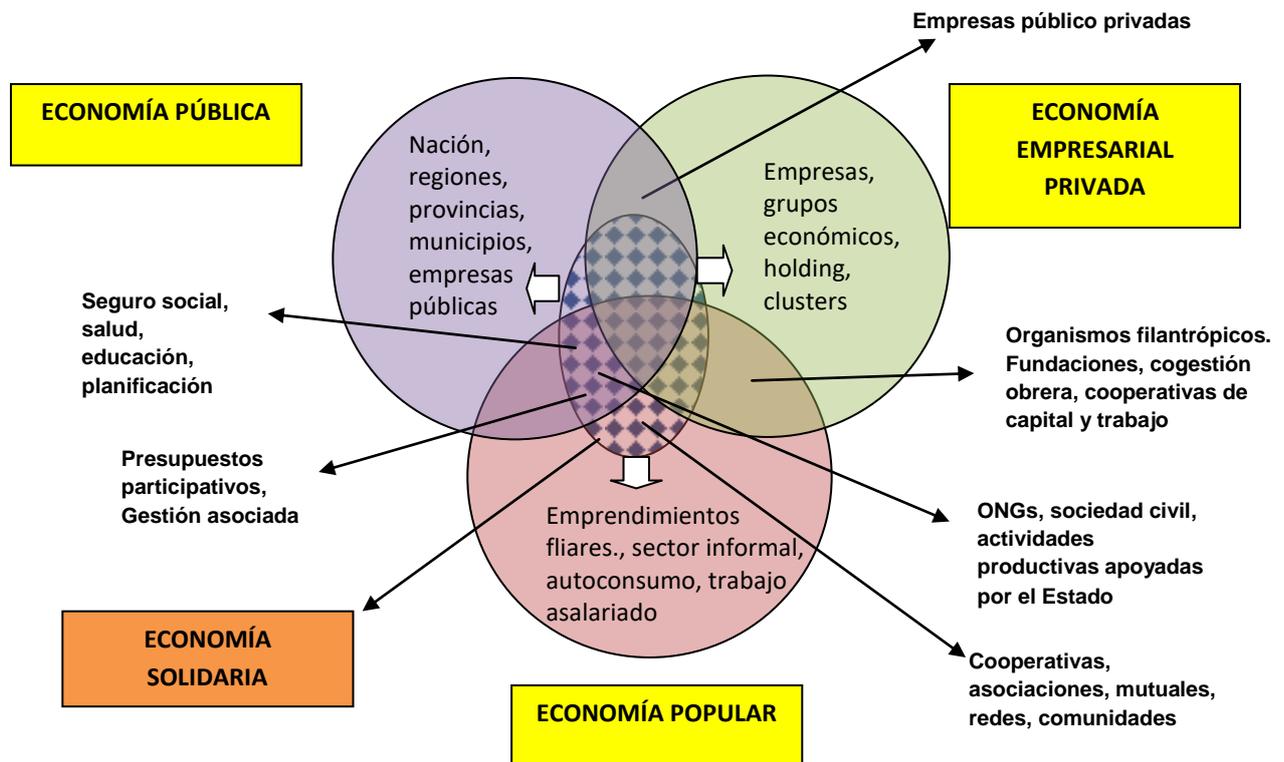
Fuente: Coraggio, 2013

Siguiendo a Coraggio (2013: 18) *“nuestro punto de partida es siempre una economía mixta. En nuestros países es una economía mixta periférica con dominancia capitalista. Es decir que, aunque hay contradicciones, la lógica del capital subordina los otros sentidos presentes en el sistema económico”*. Asimismo, se puede ubicar el sector de la economía solidaria en la economía mixta como:

“Un subsistema orgánico, construido desde el piso fértil de recursos y relaciones de reciprocidad y redistribución de la economía pública y la popular y ampliando su sentido del de la reproducción de la vida de los miembros de cada UD (Unidad Doméstica) al de la reproducción ampliada de la vida de todos (solidaridad sistémica)”. (Coraggio, 2013: 18).

Como se puede observar en la Figura 2, hay componentes solidarios en las tres economías, sin que con ello sean siempre predominantemente solidarias. A su vez, las flechas gruesas indican la existencia de una tensión por la lucha contrahegemónica contra la dominación de la lógica capitalista.

Figura 2: La Economía Solidaria en la Economía Mixta



Fuente: Coraggio, 2013

Por otro lado, según Caracciolo y Foti (2013) en referencia a la Economía Social y Solidaria sostienen:

“La categoría “solidaria” que sumamos a la de economía social, nos permite incluir la dimensión simbólica y sociopolítica, es decir la del análisis de las prácticas de los actores/as en tanto sujetos éticos y políticos. En este sentido la economía social si bien se basa en formas no capitalistas de relaciones del trabajo – tanto en sus expresiones tradicionales como en las experiencias más recientes-, sólo es solidaria cuando en ella están presentes prácticas orientadas por una ética del bien común, por la justicia, la equidad y la reciprocidad entre diferentes tipos de actores (según género, etnias, edades, etc.) y en los diferentes ámbitos en los que se desempeñan (familiares, de los emprendimientos, de los territorios y a nivel nacional, etc.). No menos importante, la solidaridad también tiene que ver con el cuidado del planeta. Es la tierra que les dejamos a las futuras generaciones”. (Caracciolo y Foti, 2013:16).

Siguiendo a las autoras, este enfoque implica actuar con una visión integradora tanto de las características como de las problemáticas involucradas en el espacio socio-económico local, donde el territorio es considerado como una “*construcción social*” a partir de las relaciones entre los distintos actores que comparten y se

disputan dicho espacio. Asimismo, la Economía Social y Solidaria muestra la necesidad de construir *“otra economía”*:

“Basada en una ética, es decir en un conjunto de valores sobre “lo que está bien” que contemplan el bien común, la justicia social, la equidad, la reciprocidad, la reproducción ampliada de la vida, la corresponsabilidad entre las personas y el respeto por la naturaleza” (Caracciolo y Foti, 2013: 15).

Por último, cabe mencionar que el mercado no es exclusivo de la economía empresarial privada sino que también atraviesa la Economía Popular generando comportamientos extremadamente competitivos. Es en este contexto donde han surgido las ferias como una forma de institucionalizar el intercambio a través del encuentro directo entre productores y consumidores (Coraggio, 2013). Esto permite asumir que la agricultura familiar, el sujeto que impulsa estas experiencias de ferias y mercados, también pertenece al universo de la Economía Popular (Caballero, Dumrauf et al., 2011).

Otro aspecto importante de la Economía Popular es el sentido del espacio público, que no sólo se define como un recurso en disputa (como el agua, la tierra o la vivienda) sino que también conlleva una lucha por el reconocimiento de la actividad como un trabajo (Fernández Álvarez, 2016). Esto implica:

“El uso del espacio público como espacio de trabajo. “La calle” deja de ser un espacio de tránsito, o de circulación de transeúntes, para convertirse en un espacio colectivo de reproducción de la vida, un espacio vivo donde no sólo se trabaja o comercializa un producto de la economía popular, sino también se producen relaciones, se crean vínculos, se disputan derechos y se hace política”. (Fernández Álvarez, 2016: 78).

Respecto a este tema Razeto Migliaro (2010) sostiene que la Economía Popular suele alcanzar viabilidad y espacios de desarrollo a través de las ferias libres que organiza, conquistando estos espacios públicos para el ejercicio de sus actividades comerciales.

Por último, asumir que el sujeto social que impulsa estas experiencias de ferias, como la “Feria Regional Barrio Bonacina” puede incluirse en el marco tanto de la Economía Social y Solidaria como de la Economía Popular, implica reconocer que el sujeto es complejo y multivariado, lo que obliga a reflexionar sobre sus procesos de acción colectiva, sus estrategias de acción y sus trayectorias de organización, entre otros aspectos (Caballero, Dumrauf et al., 2011).

2.1.2 La dimensión social del territorio

Los profundos cambios tecnológicos y el incremento de las interdependencias entre países y territorios, han transformado la relación espacio-sociedad visualizando al espacio como una dimensión de la sociedad y no como un contenedor de la misma. En este sentido, Sili (2018: 13) expresa *“el espacio tiene un rol activo y estructurante en la construcción de la sociedad, a su vez el espacio es estructurado por lo social”*. Esta redefinición de la relación espacio-sociedad posiciona al territorio como pieza clave de las políticas de desarrollo, entendiendo al territorio como:

“Un espacio geográfico que carga con un conjunto de intencionalidades políticas, sociales, productivas, culturales (proyectos) que se plasman o concretan en función de las capacidades de los actores o los grupos de actores para llevarlas a cabo (capacidad de acción). Así el territorio no es entonces un simple soporte físico, sino la “arena” donde los grupos sociales construyen un devenir”. (Silli, 2018: 13-14)

Por lo tanto, la noción de territorio no se limita solamente a la dimensión geográfica o al espacio, sino que incluye otras dimensiones como la económica, social, ambiental y organizativa. En palabras de Abramovay (2006: 52), *“los territorios no se definen por límites físicos, sino por la manera cómo se produce, en su interior, la interacción social”*. De este modo, al hablar de *“construcción social”* o *“dimensión social”* del territorio se permite hacer referencia a la inclusión de los distintos actores sociales, dado que de sus estrategias y de su grado de organización va a depender no sólo su construcción, sino también su identificación y su valorización.

Asimismo, Nardi y Pereira (2006) consideran que el territorio surge de las acciones y prácticas de los distintos agentes e instituciones que las enmarcan. De este modo, estas autoras sostienen que *“el territorio no es neutral y asume un nuevo rol, definido según sus capacidades y aprovechamiento de recursos sociales y físicos, y teniendo en cuenta las principales relaciones de proximidad”* (Nardi y Pereira, 2006: 53).

Por lo tanto, el territorio se transforma en un espacio de fuerzas de disputa y en un instrumento de ejercicio de poder (Manzanal, 2007). Entendiéndolo así, las ferias tienen entre sus objetivos la redefinición de los territorios donde se establecen (Ferrari et al., 2014). Tal es el caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina” de la localidad de Pedro Luro, donde se observa la presencia sobre un territorio de un espacio alternativo de comercialización; como espacio público clave para diversificar la comercialización, afianzar la soberanía alimentaria, contribuir a una buena calidad de vida y aportar al desarrollo rural (Ferrari et al, 2014).

Asimismo, a partir de esta experiencia de Feria se evidencia una resignificación del mercado como espacio público (Ferrari et al, 2014). En este sentido, Abramovay (2006: 60) sostiene que *los “mercados no son puntos neutrales de equilibrio entre oferta y demanda, sino, al contrario, deben ser entendidos como estructuras sociales capaces de proveer a sus participantes reglas de interacción y referencias cognitivas que moldean sus acciones”*.

Por otro lado, la CEPAL (2016: 13) sostiene que los *“circuitos de comercialización no solo consideran el entorno sino también el territorio como elemento central del análisis de las modalidades de comercialización. Por lo tanto, la distancia al hablar de circuitos de comercialización no es sólo económica sino también geográfica”*. De este modo, considerar a las ferias como circuitos permite hacer referencia a procesos que se desarrollan en un territorio delimitado.

Siguiendo esta línea, surgen las ferias como espacios públicos alternativos que facilitan no solamente actividades económicas, sino también sociales y culturales ambientalmente sostenibles, contribuyendo a una buena calidad de vida (Caracciolo y Foti, 2013). Asimismo, las ferias crean espacios de encuentro, capacitación e intercambio donde productores familiares, cooperativas, organizaciones sociales, emprendedores urbanos y otros emprendimientos comprendidos tanto en la Economía Social y Solidaria como en la Economía Popular muestran su trabajo y se vinculan con los consumidores, acercando diversos productos a precios accesibles (Ferrari et al., 2014).

De esta forma, las ferias son prácticas que pueden ser encuadradas tanto en el marco de la Economía Social y Solidaria como de la Economía Popular, permitiendo con ello nuevos modos de producción y de comercialización que generan un espacio compartido que va más allá de las relaciones de intercambio mercantil y de lo estrictamente económico. Respecto a la Economía Social y Solidaria, las autoras Caracciolo y Foti (2013) para abordar esta temática, analiza el concepto de *“mercados”* como aquellos espacios donde:

“Se realizan también intercambios no sólo orientados por un fin económico-comercial, sino por ejemplo para recrear y fortalecer las relaciones sociales y culturales de una comunidad. El capital social, el cultural, el simbólico, según Bourdieu, constituyen también campos en los que los agentes sociales intercambian bienes y servicios con otros objetivos”. (Caracciolo y Foti, 2013: 10)

Por lo tanto, Caracciolo (2012, citado por Caracciolo y Foti, 2013:10) sostiene que *“considerar a los mercados con esta visión integral orienta la mirada hacia la*

construcción de una economía que busca encontrar sus raíces en la sociedad de la cual surge y a la cual se debe”

Respecto a este tema, Abramovay (2006: 1) sostiene que *“los mercados existentes en los diferentes territorios también deben ser abordados como campos de fuerza en los que diversos actores tratan de obtener la cooperación ajena y obtienen, por esa vía, sus posibilidades de dominación social”*. En este sentido, Sili (2018: 21) afirma que *“reconocer a los territorios como campos de disputa, en los que se ponen frente a frente los protagonistas, permite explicar las distintas transformaciones que se cristalizan en el espacio desde sus propias bases”*.

Por último, Abramovay (2006) sostiene la importancia de que los territorios sean estudiados desde la noción de campos de Bourdieu, quién a través de su teoría del campo social permite visualizar las estrategias (cooperativas o competitivas) de los distintos actores y los conflictos y/o acuerdos entre ellos, para conservar o cambiar su posición en un determinado campo.

2.1.3 Las ferias como estrategias de acción colectiva

Siguiendo a Bustos Cara (2014: 269), *“el análisis territorial analizado desde perspectiva de la acción territorial favorece la visualización de la acción colectiva”*. De este modo, se considera la *“acción”* como punto central de un marco teórico permitiendo comprender mejor no sólo los procesos territoriales sino también las formas y agentes de intervención. Respecto a este tema, Sili (2018) sostiene que:

“La acción territorial constituye el conjunto de iniciativas que los actores ponen en marcha para construir y dar sentido a un territorio, estas acciones son situadas en un espacio determinado, un espacio de interacción (territorio de acción) incluido dentro de un contexto estructurante más amplio (territorios y sociedades que los abarcan y contienen) y están estructuradas bajo un modelo de gobernanza”. (Sili, 2018: 17)

En este marco, se entiende *“acción como proceso que integra pasado, presente y futuro, tanto como múltiples escalas y dimensiones (...) y se asume que es en la ‘acción’ donde se pone de manifiesto y se materializa la construcción, producción y reproducción del espacio social”* (Bustos Cara, 2009: 50). Por lo tanto, considerar acción como proceso implica percibir también el territorio como proceso, es decir, como siendo.

De este modo, en el presente trabajo se intenta, a través de la teoría de la acción colectiva de Anthony Giddens citada por el geógrafo Bustos Cara (2008: 90), *“analizar los procesos de transformación y reestructuración territorial como procesos*

*sociales complejos donde la acción colectiva, la acción privada y la acción pública se articulan en formas diversas de gobernanza*⁵. Asimismo, esta perspectiva permite estudiar e interpretar los procesos de patrimonialización y valorización territorial directamente relacionados con la acción de los sujetos sociales.

Siguiendo a Bustos Cara (2009: 52), la acción a que se refiere Anthony Giddens *“corresponde a sujetos situados, produciendo una dimensión espacio temporal (con historicidad y territorialidad propia) contenidos en una estructura pero con un margen de autonomía que promueve una visión optimista de las posibilidades de intervención”*. A su vez, acción se refiere a un *“proceso continuo”*, es decir, *“un fenómeno que dura en el tiempo”* (Bustos Cara, 2009: 52).

Por otro lado, el autor Giddens usa el término *“agency”* en lugar de *“action”* permitiendo entender al agente no sólo como un individuo sino también como un colectivo o una organización. A su vez, el término *“agency”* permite entender al individuo como *“sujeto competente”*, con capacidad, poder y competencia. Por lo tanto, para que ocurra acción es necesario no sólo la intención, sino también la capacidad, el poder, la competencia y la continuidad espacio tiempo (Bustos Cara, 2009).

En síntesis, la perspectiva de análisis expuesta permite interpretar la “Feria Regional Barrio Bonacina” como un proceso continuo, complejo, construido y producido por acciones intencionales y consecuencias no intencionales de actores intencionales. Para ello, se tiene en cuenta específicamente la condición situada de la acción y la reflexividad de sus ejecutores, en este caso de los feriantes (Bustos Cara, 2008).

Respecto a la acción colectiva el autor Bustos Cara (2008) la define como:

“La integración de actores y sujetos en formas de reacción, movilización o asociación que expresan demandas en conjunto, de participación o interacción. Esto en el marco de una sociedad de individuos, que sin embargo tiende a tener comportamientos masivos o de grupo”. (Bustos Cara, 2008: 90).

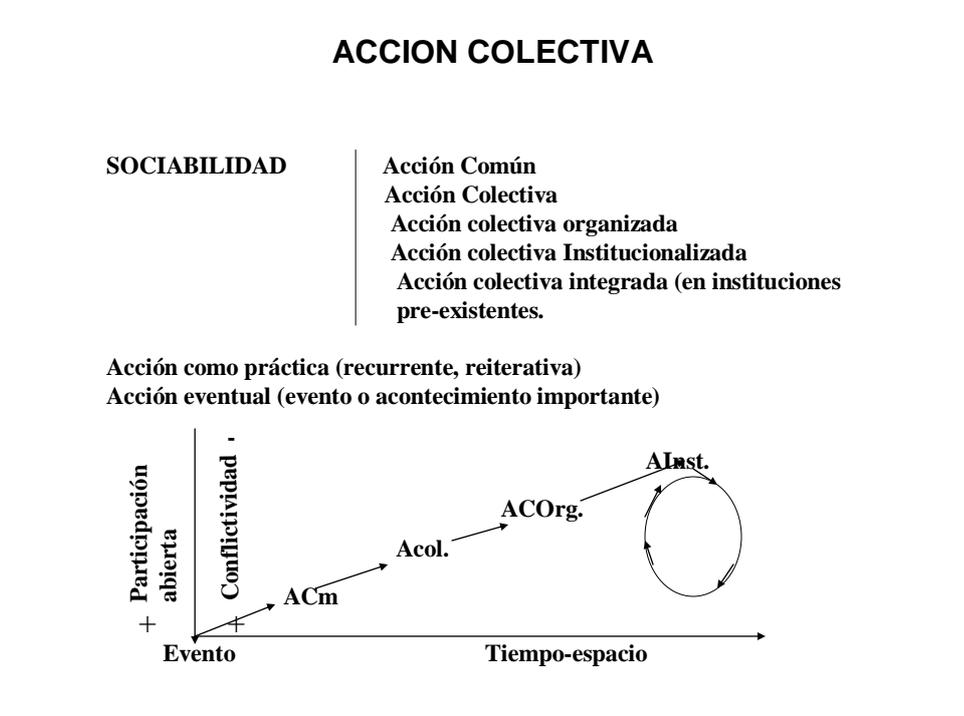
Asimismo, Bustos Cara (2009) afirma que es una acción potencialmente *“institucionalizante”*, dado que se evidencia una transformación progresiva desde su origen eventual, inducido o espontáneo hasta alcanzar formas más o menos organizadas o institucionalizadas. De esta manera, siguiendo al geógrafo, es posible observar la transformación de la acción colectiva a través de su modelo teórico (Ver Figura 3) presentado en el artículo *“Territorio y desarrollo rural”*, indicando ciertas

⁵ La acción puede entenderse de tres formas distintas: 1) acción pública, desde la lógica del estado; 2) acción privada, desde la lógica del mercado, y 3) acción colectiva, desde la lógica del consenso y el conflicto. Mientras que la intervención implica la capacidad de mediación o mediaciones posibles entre estas dimensiones de acción mencionadas (Bustos Cara, 2008).

etapas o condiciones que permiten proponer una sucesión que parte de la *acción espontánea*, evolucionando hacia la *acción colectiva propiamente dicha*, la *acción colectiva organizada*, concluyendo en la *acción institucionalizada*. La acción colectiva esquematizada se inicia por efecto de un evento significado o serie de eventos que hacen de disparadores.

En este modelo la Acción Espontánea, es entendida como “*una forma de reacción individual, que se encuentra actuando juntos pero que solo tiene existencia como conjunto en la acción disparada por un evento significativo*”, es decir, que la acción se percibe como una forma de reacción individual disparada por un evento significativo. (Bustos Cara, 2009: 58). Mientras que la Acción Colectiva Propiamente dicha “*tiene un grado de formalización mayor, selecciona sus integrantes por los objetivos que comienzan a plantearse a partir de la formulación de un discurso, en términos de objetivos*” (Bustos Cara, 2009: 58). En esta etapa aparecen símbolos y se evidencia una historia en común con referencias de identidad y pertenencia entre los integrantes. Además, toma importancia la experiencia vivida dado que es la base de la legitimidad de la pertenencia.

Figura 3: Evolución teórica de la acción colectiva



Por otro lado, existe la Acción Colectiva Organizada donde se desarrolla una organización jerárquica con un liderazgo, y se construye un discurso que toma los aspectos más significativos de las demandas o principios que se defienden. Por último, Bustos Cara (2009) define la Acción Colectiva Institucionalizada como aquella que:

“No solo toma en cuenta la organización sino la formulación de sus objetivos y prácticas, formalizadas, en estatutos, normas y procedimientos. El punto clave es la capacidad de reproducirse para transferir a los integrantes futuros en sentido de la acción. Este nivel implica una práctica burocrática establecida y aceptada”. (Bustos Cara, 2009: 58).

Este esquema simple permite buscar y analizar las condiciones de origen de la acción colectiva de los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina, *“como sistema de actores o formas de subjetividad colectiva que hacen posible una puesta en movimiento de una acción social de conjunto”* (Bustos Cara, 2014: 268). Este análisis se encuentra desarrollado en el Capítulo 2 de la tercera parte del presente trabajo.

Por otro lado, siguiendo a Sili (2018: 11-12) el concepto de la acción territorial *“permite el análisis de las formas como la acción pública, la acción colectiva y la acción privada construyen los territorios, muchas veces en forma contradictoria y conflictiva”*. Asimismo, la perspectiva de la acción territorial permite el análisis de las diferentes dimensiones de la acción (pública, privada o colectiva) como forma de construir y producir la gobernanza territorial (Bustos Cara, 2009).

De acuerdo a Natera (2004), se entiende por gobernanza:

“Una nueva forma de entender las relaciones Estado-sociedad en el marco de las transformaciones estatales producidas en las últimas décadas. Al margen de otras aproximaciones, se considera específico de la noción de gobernanza la consideración de acción del gobierno como gestión de redes en las que participan una multiplicidad de actores públicos”. (Natera, 2004: 1)

Este marco, permite observar el rol del Estado Municipal al considerar la demanda de los pequeños productores-feriantes de contar con un espacio alternativo para la comercialización directa de sus productos, reconociendo con ello la existencia de la “Feria Regional Barrio Bonacina”. Por lo tanto, se evidencia una nueva forma de pensar las relaciones Estado-sociedad donde se han difuminado los límites entre los sectores público y privado, existiendo un grado mayor, tanto de interacción como de cooperación, entre el Estado y los actores no estatales (Natera, 2004).

Por otro lado, se pone de manifiesto la idea de gobernanza local al referirse al *“conjunto de normas formales e informales, estructuras y procesos mediante los cuales los actores locales solucionan colectivamente sus problemas y encarar las necesidades sociales”* (Bovaird et al., 2002, citado por Natera, 2004: 21). En este contexto, tanto el estatuto como la Ordenanza Municipal de la “Feria Regional Barrio

Bonacina” revalorizan no sólo el papel de la participación ciudadana de los feriantes, sino que también construyen y mantienen la confianza, el compromiso y un sistema de negociación entre los actores locales (Natera, 2004).

Asimismo, siguiendo a Sili (2018: 20), *“la acción territorial construida sin marcos de referencias claros suelen profundizar los procesos de fragmentación de los territorios”*. Por ello, la importancia del nivel de estructuración, institucionalización o formalización de la acción territorial a través de normas, instituciones y organismos que la legitiman y regulan su desarrollo (Sili, 2018).

Por otro lado, siguiendo al geógrafo Bustos Cara (2013) se parte del hecho que en nuestras sociedades contemporáneas, que son fundamentalmente sociedades de individuos, los proyectos personales están por encima de los proyectos colectivos. Por ello, construir proyectos colectivos y *“transformarlos en acción colectiva demandan esfuerzos de intervención que necesariamente deben apoyarse en procesos identitarios y de patrimonialización”* (Bustos Cara, 2013: 3).

Esta perspectiva de análisis permite comprender la “Feria Regional Barrio Bonacina” y asociar la identidad de sus feriantes con los procesos de patrimonialización; donde patrimonializar significa ser consciente y por ello identificar un sujeto que se transforma en actor al momento de construir su pertenencia (Bustos Cara, 2013).

Respecto a este tema Elverdin et al. (2014), consideran que al abordar un territorio es posible identificar numerosos recursos como el paisaje y distintas manifestaciones culturales como los alimentos, vestimentas, herramientas, construcciones, expresiones artísticas, festividades, rituales religiosos, prácticas deportivas y de esparcimientos típicas del territorio. Cuando se valorizan esos recursos territoriales, junto a los actores locales involucrados en el proceso, se los transforma en Valor Territorial.

En este contexto, tanto el reconocimiento como la apropiación social de estos valores territoriales implican su patrimonialización (Bustos Cara, 2004), *“en la medida que componen el patrimonio local y por ende se constituyen en una referencia identitaria para los miembros de esa comunidad”* (Elverdin et al., 2014: 45). Asimismo, resulta interesante investigar los procesos de identificación. *“Es decir, las maneras en que los hombres en sociedad integran las actividades sociales y productivas (especialmente la alimentación) como componente en la construcción de sus identidades”* (Elverdin et al., 2014: 46).

A lo largo del trabajo, se intenta demostrar cómo en el espacio urbano de la localidad de Pedro Luro, analizado desde la perspectiva de la acción colectiva, los

feriantes reproducen y actualizan elementos de su cultura original, contribuyendo al éxito de sus emprendimientos mientras se apropian del espacio público (Benencia y Canevaro, 2017).

Por último, el autor Melucci (1999) también se refiere a la acción colectiva considerando que:

“Los individuos crean un “nosotros” colectivo (más o menos estable e integrado de acuerdo con el tipo de acción), compartiendo y laboriosamente ajustando por lo menos tres clases de orientaciones: aquellas relacionadas con los fines de la acción (el sentido que tiene la acción para el actor); aquellas vinculadas con los medios (las posibilidades y límites de la acción) y, finalmente aquellas referidas a las relaciones con el ambiente (el campo en el que tiene lugar la acción”. (Melucci, 1999: 39)

De este modo, las ferias actúan como procesos de organización colectiva y como modos de construir territorios, donde *“las familias involucradas en cada uno de estos procesos producen, crean y recrean su existencia y sus modos de vida, siendo por ello el territorio resultado del uso que hombres y mujeres hacen del espacio”* (Caballero, Dumrauf et al., 2011: 34). Por lo tanto, *“entender la dinámica de la acción colectiva es fundamental en todo proceso de animación social, desarrollo local y ordenamiento territorial”* (Bustos Cara, 2008: 91).

2.1.4 Las ferias como estrategias de reproducción social y económica

La socióloga Mariana Busso (2010b: 107) define las ferias comerciales urbanas como *“un lugar de intercambios comerciales, un espacio de interacción social, de encuentros y socialización”*. A su vez, afirma que para algunas personas ofrece un ámbito de trabajo particular. Un espacio que la autora define como difundido, difuso y conflictivo. De hecho, en el espacio público o la calle, donde las ferias se desarrollan primordialmente, la demarcación entre el ámbito de trabajo, de esparcimiento, de tránsito y de juego no siempre es explícita. Además, las inclemencias del tiempo, junto a la continua circulación de personas, hacen del espacio laboral un lugar en constante movimiento y transformación.

En este contexto, las ferias se caracterizan por ser espacios apropiados por los actores de la Agricultura Familiar y por aquellos encuadrados en el marco tanto de la Economía Social y Solidaria como de la Economía Popular, propicios para que concreten los intercambios no solo económicos y comerciales, sino también culturales y sociales, entre ellos y la comunidad. En este sentido, se originan las estrategias de

reproducción social de los feriantes y sus familias, que estarán condicionadas por cuestiones inherentes al trabajo que realizan y al territorio.

Para abordar el concepto de “*estrategias de reproducción social*” se recurre a las nociones teóricas desarrolladas por el autor Bourdieu (1979b, citado por Gutierrez, 2005: 94), quien las define como:

“Conjunto de prácticas, fenomenalmente muy diferentes, por medio de las cuales los individuos o las familias tienden, de manera consciente o inconsciente a conservar o a aumentar su patrimonio, y correlativamente, a mantener o mejorar su posición en la estructura de relaciones de clase”.

En cuanto a la unidad de análisis de estas prácticas sociales, Bourdieu (1994, citado por Terradillos y Bustos Cara, 2014) considera la “*familia*” como el lugar donde se organizan estas estrategias. En palabras del autor, la familia es:

“El sujeto de las estrategias de reproducción social, ya que, por un lado, es el núcleo a partir del cual sus integrantes articulan sus acciones para garantizar su reproducción física y social y, por otro, es el ámbito donde se forman las disposiciones primarias de los agentes, es decir, el habitus, que se constituye en el principio de acción de prácticas sociales y, por tanto de sus estrategias”. (Bourdieu 1994, citado por Terradillos y Bustos Cara, 2014: 138)

De acuerdo a Bourdieu (citado por Gutierrez, 2005), las estrategias de reproducción dependen de: 1) el volumen y de la estructura del capital que haya que reproducir (capital económico, capital cultural, etc.); 2) el estado del sistema de los instrumentos de reproducción (por ejemplo: mercado de trabajo, mercado escolar, etc.); 3) el estado de la relación de fuerzas entre las clases; y 4) los “*habitus*” incorporados de los agentes. Entendiéndose por este último a “*aquellas disposiciones a actuar, percibir, valorar, sentir y pensar de una cierta manera más que de otra, disposiciones que han sido interiorizadas por el individuo en el curso de su historia. El habitus es, pues la historia hecha cuerpo*” (Gutiérrez 2005: 68). Asimismo, estas estrategias constituyen un sistema, y por tanto, cualquier cambio en algunos de los cuatro factores mencionados implicará, a su vez, cambios en determinadas estrategias. Y de este modo, se puede provocar una reestructuración del sistema.

Respecto al habitus, según Bourdieu (1979b, citado por Gutierrez, 2005) es historia individual e historia colectiva. En palabras del autor:

“Es el principio generador de respuestas más o menos aceptadas a las exigencias de un campo es el producto de toda la historia individual pero también, a través de experiencias formadoras de la primera infancia, de toda la historia colectiva de la familia y de la clase”. (Bourdieu 1979b, citado por Gutierrez 2005: 81)

Asimismo, Bourdieu sostiene que *“las estrategias de reproducción tienen por principio, no una intención consciente y racional, sino las disposiciones del habitus que espontáneamente tiende a reproducir las condiciones de su propia producción”* (Bourdieu 2011: 37). De este modo, existe una relación habitus-estrategia, donde el *“habitus es el instrumento de análisis que permite dar cuenta de las prácticas en términos de estrategias, dar razones de las mismas, sin hablar propiamente de prácticas razonables”* (Gutierrez, 2005: 77).

En este contexto, los agentes sociales son razonables y sus estrategias son socialmente explicables por la posición que ocupan en el campo y por los habitus incorporados. Por tanto, ambos conceptos (campo y habitus) constituyen principios de estructuración de prácticas (Terradillos y Bustos Cara, 2014). *“Un campo consiste en un conjunto de relaciones objetivas entre posiciones históricamente definidas; mientras que el habitus toma la forma de un conjunto de relaciones históricas incorporadas en los agentes sociales”* (Gutierrez, 2005: 23).

Por otro lado, el autor Cáceres (1995) se refiere a las estrategias de los campesinos o pequeños productores en sociedades rurales contemporáneas, analizando las relaciones existentes entre estas y la reproducción social. Para ello, sostiene que el desarrollo del capitalismo está modificando las sociedades campesinas, mercantilizando sus economías a través de la producción de rubros para el mercado y la venta de su fuerza de trabajo.

En este contexto, Cáceres (1995: 3) define las estrategias de los campesinos o pequeños productores como aquellas que *“constituyen un complejo conjunto de conductas y acciones manifestadas por los campesinos en su relación con el entorno (naturaleza y sociedad), en un determinado contexto geográfico e histórico, con el objetivo de alcanzar su reproducción social”*. Entendiéndose por reproducción social:

“A la resultante de las relaciones sociales de producción que permite la renovación (a través del tiempo) de la sociedad como totalidad y la de sus miembros en todas sus variadas dimensiones. Esto significa que la reproducción campesina no sólo hace referencia a la reproducción biológica sino también (y principalmente a la renovación de los medios materiales de los que depende su reproducción social)”. (Cáceres, 1995: 3)

Este autor sostiene que la reproducción campesina es alcanzada en dos niveles: por un lado, la *“reproducción simple”* dado que la reproducción de su fuerza de trabajo y la de sus medios de producción ocurre en una misma escala de activos productivos e ingresos. Y por el otro, la *“reproducción ampliada”* permitiendo la acumulación y ampliación de su escala de producción. Esta alternativa implica no sólo un incremento en los niveles de producción campesinos sino también que el ingreso

adicional obtenido por el incremento productivo es destinado a la compra de medios de producción y no a una mejora del consumo (Cáceres, 1995).

Las unidades campesinas son dinámicas y cambiantes, encontrándose siempre expuestas a las continuas variaciones de su entorno y realidad cotidiana. Por ello, ante estos cambios los campesinos o pequeños productores se ven obligados tanto a crear como a recrear sus estrategias permanentemente con el objetivo de alcanzar su reproducción social (Cáceres, 1995).

Asimismo, el conjunto de estrategias desarrolladas por Cáceres no se limita exclusivamente a la esfera de las actividades agropecuarias que se desarrollan dentro de un establecimiento rural, sino que incluyen a las de base no agropecuaria desarrolladas en la explotación y aquellas que ocurren fuera de los límites de la unidad de producción (Cáceres, 2003). El concepto lo simplifica en la siguiente fórmula:

Estrategias de reproducción social = EPA + EPNA + EIE

- EPA (estrategias productivas de base agropecuaria): conjunto de estrategias que son desarrolladas en el interior de la explotación, teniendo como objetivo la obtención de algún tipo de producción de origen agropecuario, independientemente de que estas sean destinadas al autoconsumo o al mercado.
- EPNA (estrategias productivas de base no agropecuaria): conjunto de estrategias que son desarrolladas en el interior de la explotación, teniendo como objetivo la obtención de algún tipo de producción de origen no agropecuario. Quedan incluidas las estrategias que involucran la producción artesanal (elaboración de dulces, producción de cestos, etc.) los microemprendimientos productivos de base no agropecuaria (fabricación de bloques de cemento, etc.) y la venta de servicios con base en la unidad doméstica (taller mecánico, reparación de maquinarias de labranza, etc).
- EIE (estrategias para la obtención de ingresos extraprediales): conjunto de estrategias desarrolladas fuera de la explotación, teniendo como objetivo generar algún tipo de ingreso monetario o en especie. Quedan incluidas: 1) venta directa de fuerza de trabajo (temporaria o permanente) tanto en el medio local o en el medio urbano; 2) alquiler de activos productivos; 3) concesión de algún tipo de servicio; 4) recepción de remesas de parte de miembros emigrados del grupo doméstico; 5) aprovechamiento de los beneficios derivados de fondos gubernamentales o privados; 6) ventajas obtenidas a partir de asistencialismo oficial o privado (por ejemplo, comedores escolares) y el clientelismo político.

El autor afirma que resulta difícil generalizar acerca de cuál de estas tres estrategias de reproducción presenta un peso mayor a la hora de analizar la reproducción social campesina en nuestro país. No obstante, sostiene que durante las últimas décadas se observa un crecimiento en la importancia relativa de las EIE. Esto como consecuencia de tres cuestiones: i) un progresivo deterioro de la capacidad productiva de la unidad de producción que se puede observar en el deterioro de los suelos, en la menor disponibilidad de mano de obra y en la descapitalización de activos productivos; ii) la elevada subordinación de sector y el despliegue de la “economía de mercado” que deterioraron los términos de intercambio; iii) la necesidad creciente de dinero como consecuencia de la mayor penetración de capitalismo que demanda nuevas necesidades.

Por lo tanto, durante las últimas décadas se observa un cambio importante en las estrategias de reproducción social de los pequeños productores o campesinos, “*en menos de un siglo se pasó de una estrategia que ponía foco en la diversificación productiva (predial), a otra en la que domina la diversificación de actividades (prediales o extraprediales)*” (Cáceres, 2003: 10). Asimismo, con el avance del capitalismo los pequeños productores y sus familias se han visto obligados a incursionar en una economía mucho más mercantilizada. La estrategia de producción de bienes agropecuarios de uso o consumo ha perdido peso relativo, en favor de la producción de bienes agropecuarios de cambio, y bienes y servicios no agropecuarios. El empleo fuera del establecimiento también presenta, actualmente, una importancia comparativa creciente, donde los miembros del grupo familiar venden un mayor número de horas de trabajo fuera de los límites de la explotación.

De este modo, nace la “*pluriactividad campesina*” que consiste en desarrollar un conjunto de estrategias donde la actividad productiva agropecuaria tradicional se complementa, de modo significativo, con una serie de actividades productivas, comerciales, de venta o servicios, no necesariamente agropecuarias. Se incluyen los microemprendimientos productivos o comerciales, la diversificación artesanal y la venta de servicios varios, entre otros.

Se evidencia, por un lado un aumento de la importancia de las actividades mercantiles con respecto a la producción para el autoconsumo de estas unidades productivas; y por el otro que esta creciente mercantilización de sus economías implica la incorporación de nuevas estrategias dada la necesidad creciente de dinero en efectivo para su subsistencia y de su familia. Asimismo, dinamismo, cambio y crisis son los componentes comunes de la realidad campesina argentina e influyen de manera notoria en la definición de las estrategias (Cáceres, 1995).

Por su parte, Coraggio (2007a: 172) se refiere a las estrategias de reproducción simple y ampliada de cada unidad o grupo doméstico (UD), entendiéndose por ella a:

“Un grupo de individuos, vinculados de manera sostenida, que son –de hecho o de derecho– solidaria y cotidianamente responsables de la obtención (mediante su trabajo presente o mediante transferencias o donaciones de bienes, servicios o dinero) y distribución de las condiciones materiales necesarias para la reproducción inmediata de todos sus miembros. Una UD puede abarcar o articular uno o más hogares (entendiendo por “hogar” el grupo que comparte y utiliza en común un presupuesto para la alimentación, la vivienda y otros gastos básicos), co-residentes o no, basados en la familia o no, y participar en una o más redes contingentes comunitarias (de reciprocidad) o públicas (de redistribución social) presentes en la sociedad local”. (Coraggio, 2007a:172)

Respecto a este tema el autor sostiene que para una unidad doméstica *“una situación de reproducción ampliada implica un proceso en que, por encima del nivel de reproducción simple, se verifica durante un período prolongado (por ejemplo, una generación), un desarrollo sostenido en la calidad de vida de sus miembros”* (Coraggio, 2007a: 1). Asimismo, la noción de *“reproducción simple”* denota una calidad de vida biológica y social considerada moralmente como un mínimo social por debajo del cual no debería estar ninguna unidad doméstica de la sociedad bajo análisis. Es decir, que este tipo de reproducción no se refiere a mera subsistencia o reproducción de la vida biológica (Coraggio, 2007a).

Como toda noción históricamente determinada, debe evolucionar con la sociedad misma. Por ello, la reproducción simple admite tanto períodos con superación o degradación reversibles de dicha calidad como así también una reducción del patrimonio acumulado; mientras que sus efectos sobre la seguridad o los ingresos de la unidad doméstica no afecten dicha calidad de forma permanente (Coraggio, 2007a).

Es importante mencionar que, para Coraggio el principal elemento que diferencia la Economía Popular de otros sectores populares es la lógica de la *“reproducción ampliada de la vida”* (Icaza y Tiribia, 2003). Para Coraggio el sector de la Economía Popular incluye a todas las unidades domésticas que:

“No viven de la explotación del trabajo ajeno, ni pueden vivir de la riqueza acumulada (incluidos los fondos de inversión, etc.), pero cuyos miembros deben continuar trabajando para realizar expectativas medias de calidad de vida (...) aunque todos o algunos de sus miembros trabajen en otros dos subsistemas (economía empresarial –capitalista y economía pública)”. (Coraggio 1991, citado por Icaza y Tiribia, 2003: 180).

Por otro lado, Caracciolo y Foti (2013) realizan una clasificación de las unidades económicas, sosteniendo que aquellas de la Economía Social no son capitalistas debido a que se basan en el trabajo familiar o asociativo y no en el trabajo asalariado. Para realizar esta tipología considera cuatro variables o dimensiones: i) la relación social del trabajo, ii) los recursos productivos, iii) los objetivos y iv) la racionalidad económica (ver Cuadro 1). Asimismo, Caracciolo y Foti (2013) sostienen que:

“Las unidades de la economía social (ES) están orientadas fundamentalmente a la satisfacción de las necesidades de sus integrantes con una lógica de reproducción ampliada de la vida, esto es en condiciones intergeneracionales siempre mejores y más equitativas de la calidad de vida de todos y todas, en vistas de satisfacer sus necesidades según definiciones, valoraciones y prioridades democráticamente definidas en cada sociedad (en lugar de la reproducción sin límites y ampliada del capital). Para ello utilizan una racionalidad económica orientada a maximizar un ingreso (valor agregado por el trabajo) o a ahorrar gastos”. (Caracciolo y Foti, 2013: 6)

Como se puede observar en el Cuadro 1, según las posibilidades de reproducción de los recursos productivos de las unidades de la Economía Social se diferencian en tres subtipos de unidades: 1) de reproducción deficitaria, se refiere cuando el valor agregado generado no alcanza a reponer los recursos productivos y a satisfacer las necesidades de sus miembros; 2) de reproducción simple, se alcanza apenas a reponer los recursos productivos no quedando excedentes para ampliar el emprendimiento; y 3) de reproducción ampliada, no sólo se reponen los recursos productivos sino que se obtienen excedentes para su ampliación (Caracciolo y Foti, 2013).

En cuanto a las unidades de tipo deficitaria y las de subsistencia, según Caracciolo y Foti (2013) son aquellas que no pueden retener ni generar un valor agregado que les permita una retribución digna de su trabajo. Por ello, se sitúan en mercados con bajos requisitos de capital económico y cultural para su acceso. A modo de ejemplo, menciona las ferias polirrubro en barrios pobres y con productos de bajo precio y calidad.

En cuanto a las estrategias de reproducción de las unidades de la economía social, se desarrollan en tensión permanente con las estrategias de reproducción de las familias de sus integrantes debido a tres tipo de variables: i) el tipo de reproducción de la unidad de la economía social (deficitaria, simple o ampliada), ii) la forma organizativa (unipersonal/familiar o asociativa/colectiva/comunitaria) y iii) el destino de la producción (intercambio en el mercado o autoabastecimiento familiar o comunitario) (Caracciolo y Foti, 2013).

Cuadro 1: Tipología de unidades económicas

Variables	Economía Empresarial Capitalista	Economía Social	Subtipos dentro de la Economía Social		
			Reproducción Deficitaria	Reproducción Simple	Reproducción Ampliada
Relación social del trabajo	Asalariada	No Asalariada	Unipersonal, familiar o asociativa	Unipersonal, familiar o asociativa	Unipersonal, familiar o asociativa
Recursos productivos (tierra, herramientas, maquinarias, trabajo, insumos)	Suficientes	Escasez o Suficientes	Escasez	Escasez	Escasez
Objetivo	Acumulación de capital	Satisfacer necesidades/Reproducción ampliada de la vida	Satisfacer necesidades	Satisfacer necesidades	Reproducción ampliada de la vida
Racionalidad económica	Maximizar tasa de ganancia	Ahorrar gastos y maximizar valor agregado	Ahorrar gastos y maximizar valor agregado	Ahorrar gastos y maximizar valor agregado	Ahorrar gastos y maximizar valor agregado

Fuente: Caracciolo y Foti, 2013

Asimismo, las unidades de la Economía Social al momento de tomar decisiones consideran las oportunidades y amenazas provenientes de sus entornos territoriales, es decir, las características o variables del territorio. A modo de ejemplo se puede mencionar, la disponibilidad de recursos del territorio en cuanto a oportunidades de trabajo y producción, tierras, agua, infraestructura, la relación con otras organizaciones e instituciones, etc. (Caracciolo y Foti, 2013).

A su vez, Caracciolo y Foti (2013) sostienen que entre los fines de la Economía Social y Solidaria está:

“La satisfacción de las necesidades de todos/as, la mejora constante de la calidad de vida, el buen vivir, la reproducción ampliada de la vida, que consiste no sólo en satisfacer las necesidades materiales básicas sino en poder realizar ciertos objetivos socio-culturales, ser coherentes con ciertos valores/ética”. (Caracciolo y Foti, 2013: 21)

Por otra parte, la socióloga Mariana Busso (2010b) en su artículo “Las ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización: Aportes para su estudio” considera de gran importancia *“identificar en qué casos la actividad ferial genera ingresos económicos que permiten la acumulación de capital, y en qué otros posibilita meramente la subsistencia de los feriantes y sus familias”* (Busso, 2010b: 118). La autora sostiene que es necesario diferenciar y dilucidar las distintas retribuciones monetarias que genera el trabajo en las ferias, y para ello propone analizar los ingresos e inversiones que suponen las actividades comerciales de los feriantes.

En ese sentido, la autora sostiene que estos trabajadores pueden diferenciarse en “*informales con capacidad de acumulación*” e “*informales que luchan por su subsistencia*”. En palabras de Busso (2010b):

“Interesa poder distinguir las características de los feriantes que encuentran en esta actividad únicamente una fuente de sobrevivencia, frente a condiciones adversas del mercado de trabajo, de quienes encontraron en las ferias una forma de sustento económico que incluso permite un mínimo crecimiento económico. Pasar a constituirse en cuentapropistas y productores es el anhelo de muchos feriantes, ya que consideran que los ingresos económicos que pueden llegar a aportarle son mayores a los de un feriante-empleado de puesto”. (Busso, 2010b: 118)

Se entiende por actividades de subsistencia, a “*aquellas que aseguran al feriante la reproducción de las actuales condiciones de vida de él y su familia*” (Busso, 2010b: 113). Mientras que las actividades de acumulación se definen como “*aquellas que permiten generar un excedente plausible de ser invertido en su familia (estudios de los hijos, propiedades, etc.) o en su trabajo (apertura de un negocio establecido, externo a la feria; mejoramiento del puesto, etc.)*” (Busso, 2010b: 113).

Por último, resulta interesante abordar las distintas “*trayectorias*” de los feriantes y sus familias, basadas en sus comportamientos socio-laborales. Respecto a este tema, Maraschio y Castro (2016: 193) establecen que en los espacios feriales “*los sujetos transitan y ponen en práctica estrategias de inserción económica, dando lugar a la construcción de trayectorias socio-laborales dinámicas, que constituyen reales o potenciales alternativas de producción y reproducción*”.

Según Benencia y Flood (2005), el concepto de “*trayectoria*” se refiere a la modificación, que se produce a lo largo del tiempo, de una determinada experiencia social organizada. Asimismo, consideran que la trayectoria puede ser analizada “*como un proceso de adaptación institucional y organizacional frente a oportunidades y cambios en una sucesión temporal de contextos, mediante la construcción de un espacio sociocultural organizado*” (Benencia y Flood, 2005: 2). Según estos autores, para el caso de los pequeños productores el concepto de trayectoria incorpora las actividades sociales y técnicas cotidianas de las unidades productivas y la dimensión local como contexto inmediato de los puntos de vista de los actores en sus diversas modalidades de intervención.

Por otro lado, los autores Benencia y Flood (2005) sostienen que:

“Bourdieu utiliza el concepto de ‘trayectoria’ para designar a la serie de posiciones que han sido sucesivamente ocupadas por un mismo agente (o por un grupo de ellos, es decir, un agente colectivo) en los diferentes estados sucesivos de un ‘campo’ en transformación (...) supone el desarrollo de un conjunto de habitus que fue adquirido mediante socialización previa y/o aquella

que se adquiere en el ejercicio práctico de las actividades que le son propias”. (Benencia y Flood, 2005: 10)

En este marco, según Bourdieu, el “*habitus*” desempeña un papel significativo tanto en la construcción de estrategias organizacionales como en la homogeneización de sus trayectorias. De este modo, “*la noción de trayectoria corresponde a sujetos productores de la estructura social, quienes han organizado respuestas a sus necesidades bajo la forma de conjuntos de habitus*” (Benencia y Flood, 2005: 10).

Por otra parte, Busso (2010b) considera que las “*trayectorias socio-ocupacionales*” de los feriantes deben ser analizadas a través de tres dimensiones: la experiencia laboral previa, las expectativas a futuro respecto a su actual actividad laboral, y el motivo o razón por el cual emprendió este trabajo. La autora afirma que dependiendo del tipo de feria, es posible encontrar distintas maneras de entrecruzamiento de estas variables y dimensiones. Sin embargo, luego de haber emprendido distintos análisis de casos propone “*tipos ideales*” que, según su opinión, a grandes rasgos se repiten en los distintos escenarios feriales. Estos son: “*feriante tradicional-típico*”, “*feriante ocasional-típico*” y “*feriante ocasional-inmigrante*” (ver Cuadro 2), siendo los tres tipos puros que se pueden identificar en el mundo de las ferias, adquiriendo sus particularidades específicas en cada una de ellas.

Siguiendo a Busso, el primer caso de feriantes es el más visible y mayoritario en las ferias urbanas, y corresponde a los nacidos en el seno de familias de feriantes donde heredaron no solo los saberes y competencias transmitidos por sus padres sino también los puestos y espacios en esas ferias. Por otro lado, se encuentran los “*feriantes ocasional-típico*” que son aquellos que encuentran en las ferias tanto una salida a su situación laboral como un complemento a sus ingresos. Estos feriantes se sienten expulsados del mercado, y por ello emprenden esta actividad con el objetivo de generar ingresos.

Finalmente, se encuentra el tipo de “*feriantes ocasionales*” que corresponde a los inmigrantes de países limítrofes (predominantemente bolivianos). A partir de la evaluación de las condiciones económicas y del mercado de trabajo, que realizan tanto en nuestro país como en su país de procedencia, sumado a los saberes y competencias (relativas a la producción y manipulación de una mercancía específica) que portan producto de actividades por cuentapropia en su país; encuentran en las ferias un espacio para la comercialización (Busso, 2010b).

Cuadro 2: Tipología de vendedores en ferias urbanas

	Feriante tradicional-típico	Feriante ocasional-típico	Feriante ocasional-inmigrante
Experiencia laboral previa	Sin inserción previa en el mercado de trabajo	Desocupación de larga duración.	Trabajo por cuenta propia en actividad similar a la que van a ejercer en estas ferias.
Expectativa laboral futura	A largo plazo o indefinida.	Incierta	Incierta
Motivo o razón de la decisión	Decisión propia, que reproduce una decisión o trayectoria colectiva/familiar. O Decisión propia por valores perseguidos-acción racional con arreglo a valores.	Decisión propia por evaluación de las condiciones de mercado de trabajo.	Decisión propia por evaluación de las condiciones del mercado de trabajo (en nuestro país y en su país de origen).

Fuente: Busso, 2010b

En resumen, el análisis de los espacios feriales y las actividades laborales que en ellos desarrollan los feriantes, expresadas en sus estrategias de reproducción social y trayectorias socio-laborales, implica considerar los múltiples factores, dimensiones y tensiones que en ellos ocurren. Teniendo en cuenta además que, estos ámbitos no son solo espacios de compras o de paseo sino que también son espacios de trabajo y socialización (Busso, 2010b). Estos conceptos serán movilizados en la tercera parte del presente trabajo para la comprensión del desenvolvimiento cotidiano de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, y profundizar en el estudio de sus múltiples dimensiones de análisis.

2.1.5 La noción de desarrollo territorial

Como se mencionó anteriormente, uno de los objetivos de las ferias es redefinir los territorios donde se establecen, rompiendo con ello la hegemonía de un modelo productivo y social dominante a través de la construcción de un espacio alternativo donde se discuten la comercialización, el desarrollo, la equidad, la justicia, la independencia y el cuidado del ambiente y la vida, entre otros. Según los autores Ferrari et al. (2014):

“Estos espacios son claves para afianzar la soberanía alimentaria, diversificar la comercialización y aportar al desarrollo rural. Es en ellos donde pequeños productores, colonos, familias, huerteros, y muchos otros grupos y actores, que han sido estigmatizados como ‘inviabiles’ y condenados a dejar el campo, cansados de las crisis crónicas en sus economías regionales, constituyen sujetos protagónicos. Actores que han sido excluidos por el modelo del agronegocio o por el mercado de trabajo formal urbano, se convierten en sujetos de derecho que no renuncian a su capacidad de construir identidad y ciudadanía”. (Ferrari et al, 2014: 3)

De este modo, las ferias se convierten en espacios locales de participación y construcción colectiva, siendo no sólo una forma de comercializar productos sino una forma de vivir. El espacio público de la feria se transforma en un espacio de formación, cultura, vida de los agricultores familiares, emprendedores y artesanos; generándose un espacio compartido que excede las relaciones de intercambio mercantil (Ferrari et al., 2014). Permitiendo, además, con ello una mejora en el nivel de vida de sus participantes, ya que no sólo aumentan sus ingresos sino también la ocupación de la mano de obra familiar. Las ferias son experiencias que *“constituyen formas alternativas de funcionamiento social, de modalidades asociativas con el estado y de compromiso de la sociedad civil en la construcción de modelos diferentes de desarrollo local y de futuro individual, familiar y comunitario”* (Ferrari et al., 2014: 4).

Asimismo, *“todos los recursos económicos que se obtienen con la venta de sus productos de huerta, granja y alimentos elaborados, vuelven al ámbito local en la compra de todo lo que no pueden producir ellos mismos, colaborando en el desarrollo territorial”* (Nardi y Pereira, 2002: 14). De este modo, siguiendo a Bustos Cara (2014: 265) cobra importancia el desarrollo territorial rural que *“nos propone una particular forma de desarrollo que implica una visión integral no sectorial y fundamentalmente un anclaje de las acciones en un territorio dado”*.

En relación al desarrollo, Eschenhagen (2001) sostiene que este concepto es objeto de discusión hace varias décadas, tanto en la economía como en las ciencias sociales, y que su antecedente es la idea de “progreso” asociado con la idea avanzar hacia una meta. Fue recién después de la Segunda Guerra Mundial, que se comienza a poner como equivalente el concepto de progreso al de crecimiento económico y se adopta el concepto de desarrollo. A partir de ahí, *“se considera que no existe un progreso real si no hay crecimiento y desarrollo (...) todo el mundo puede y debe llegar al mismo punto, implementando simplemente ciertos tipos de políticas científicas, económicas y sociales”* (Eschenhagen, 2001: 9).

En cuanto al desarrollo Carvajal Burbano (2009) lo define como un concepto polémico, polisémico y dinámico. Expresa, además, que existe una gran controversia

respecto a su significado y comprensión, y que debido a su complejidad no puede ser definido de manera universalmente satisfactoria. Señala también el multiuso y abuso que existe de este concepto, y lo define como una construcción social e histórica. Como lo expresan Monreal y Gimeno (1999, citado por Carvajal Burbano, 2009: 3), *“considerar el desarrollo como una construcción social e histórica es reconocer que es un producto contingente y, por lo tanto, puede ser modificado”*.

En el contexto actual, frente al fracaso del modelo neoliberal en América Latina para lograr el llamado “desarrollo”, para combatir la pobreza y la desigualdad y para hacer sociedades más democráticas e incluyentes; se están pensando nuevos modelos de sociedad y de desarrollo donde cobran importancia los pensamientos alternativos. Estas apuestas por modelos alternativos de desarrollo, a otras formas de hacer sociedad, no sólo se hacen desde el ámbito de lo local sino también global (Carvajal Burbano, 2009).

En cuanto al “*otro desarrollo*”, Coraggio (2003: 4) sostiene que *“debe incluir la ampliación de prácticas que encarnen los valores democráticos y solidarios por sobre los oportunistas y predatorios. Desarrollo es no sólo más y mejores cosas, sino transformación cultural de la política y de los modos de vida”*. Mientras que, Amartya Sen se refiere al desarrollo como *“un proceso de expansión de libertades reales de que disfrutan los individuos”* (Sen 2006, citado por Carvajal Burbano, 2009: 7). Este concepto, al centrar la atención en las libertades humanas, contrasta con las visiones más estrictas del desarrollo.

Dentro de estos modelos alternativos de desarrollo, se encuentra el “*desarrollo local o territorial*” definido por Constanza Rozenblum (2014) y desde donde se aborda el presente trabajo de investigación. La autora lo define como *“un proceso social, iniciado e implementado por los actores del territorio, que busca afianzar las capacidades locales para fortalecer el entramado socioinstitucional y el sistema económico-productivo local, con la finalidad de mejorar la calidad de vida de una comunidad”*. En este sentido, Abramoway (2006: 58) afirma que *“la noción de territorio allana el camino para un avance notable del estudio del propio desarrollo, ya que invita a hacer hincapié en la manera como los diferentes actores –privados, públicos y asociativos- se relacionan en el plano local”*. El autor sostiene además, que el proceso de desarrollo es el resultado de la forma específica de cómo se usan tanto los factores materiales como los inmateriales disponibles, en base a estas relaciones.

Siguiendo a Rozenblum (2014), las dos grandes aspiraciones del desarrollo territorial son alcanzar la cohesión social y la cohesión territorial. Para ello se busca

aumentar la competitividad económica, mejorar la equidad social y asegurar la sustentabilidad ambiental. De acuerdo a la autora:

“Cohesión social: entendida como la capacidad de una sociedad para relacionarse entre sus miembros de manera solidaria, con distribución equitativa de la riqueza, respeto a la diversidad, resolución pacífica de conflictos y justicia social. La búsqueda de cohesión social implica llevar a cabo acciones tendientes a la inclusión de los actores sociales marginados por el modelo de desarrollo prevaleciente con la finalidad de reducir la desigualdad en el acceso a las oportunidades de desarrollo.

Cohesión territorial: considerada como la conjunción entre el espacio físico, los recursos (naturales, económicos, culturales), las instituciones y las comunidades en un territorio determinado. Dicha cohesión implica la integración social, cultural, económica e institucional de un territorio. A nivel local y regional, representa un esfuerzo por romper con las dicotomías urbano-rural y mercado interno-externo, buscando un desarrollo equilibrado del territorio. A nivel nacional, la cohesión territorial implica la implementación de acciones tendientes a reducir las brechas o disparidades entre territorios, provincias y regiones, buscando un desarrollo equitativo de las distintas regiones del país”. (Rozenblum, 2014: 12).

A su vez, este tipo de procesos implica estrategias de desarrollo “desde abajo”, es decir, aquellas que son “diseñadas e implementadas por los propios territorios, de acuerdo a un proyecto sociopolítico compartido por toda la comunidad y sustentado en la valorización de los recursos naturales, humanos, económicos, sociales, culturales e institucionales de esa localidad” (Rozenblum, 2014: 12).

En relación a este tema Fritzsche et al. (2004) se refieren al desarrollo local como un desarrollo alternativo al capitalista y excluyente, basado sobre las fuerzas y procesos endógenos. El desarrollo implica el fortalecimiento de una comunidad local que aviva su propio dinamismo, fomentando el desarrollo desde adentro y abajo. Mientras que Arroyo D. (2006) sostiene que el desarrollo local es pensar desde lo que tenemos en un territorio determinado, y plantearnos, qué podemos hacer y que no, con qué recursos contamos y con cuáles no. De este modo, el desarrollo local de una localidad, un partido, un municipio tiene que ver con aquella actividad que no sólo motoriza el crecimiento económico del lugar sino también que mejora las condiciones de vida.

Otro aspecto a destacar que plantea la autora Rozenblum (2014) en su trabajo es la multidimensionalidad del enfoque, lo que implica un abordaje integral de todos los aspectos que hacen a una sociedad (económico-productivo, sociocultural, político-institucional y ambiental). Si bien no es necesario que se aborden estas dimensiones al mismo tiempo, lo importante es que el desarrollo sea integral, es decir, que la visión con la cual se piense y planifique abarque todas las dimensiones que hacen a la calidad de vida de la población.

La dimensión económica-productiva tiene como objetivo fortalecer la estructura económica local para mejorar la integración productiva de los emprendimientos locales, logrando con ello no sólo un aumento en la generación de valor local sino también que el excedente que se genera permanezca y sea reinvertido en el territorio. Mientras que las dimensiones sociocultural y político-institucional tiene como finalidad el fortalecimiento del entramado socioinstitucional (instituciones y organizaciones públicas y privadas de un territorio) para reconstruir o reforzar el capital social de la comunidad. Entendiéndose por capital social *“la habilidad de una comunidad para trabajar unida por un objetivo común y se refleja en la densidad o entramado institucional que posee una sociedad”* (Rozenblum, 2014: 17). Bourdieu define el capital social como:

“Conjunto de los recursos actuales o potenciales que están ligados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento y de inter-reconocimiento; o, en otros términos, a la pertenencia a un grupo, como conjunto de agentes que no sólo están dotados de propiedades comunes (susceptibles de ser percibidas por el observador, por lo otros o por ellos mismos), sino que también están unidos por lazos permanentes y útiles”. (Bourdieu, 1980a, p. 2, citado por Gutierrez, 2005: 38)

Asimismo, el capital social *“está conformado fundamentalmente por el grado de confianza existente entre los actores sociales de una sociedad, las normas de comportamiento cívico practicadas y el nivel de asociatividad. Estos elementos muestran la riqueza y fortaleza del tejido social”* (Putman 1994 en Kliksberg, 1999: 87). Mientras que según Baas *“el capital social tiene que ver con cohesión social e identificación con las formas de gobierno y con expresiones culturales y comportamientos sociales que hacen que la sociedad sea más cohesiva y represente más que una suma de individuos”* (Baas 1997 en Kliksberg, 1999: 88)

En cuanto a la dimensión ambiental, hace referencia a la capacidad de conservar, valorar y enriquecer el entorno local desde el punto de vista no sólo ecológico sino también económico, social, cultural y estético (Rozenblum, 2014).

Otro aspecto importante de la perspectiva de análisis que propone Rozenblum (2014: 18) es la identidad territorial definida como *“el conjunto de las percepciones colectivas que tienen sus habitantes con relación a su pasado, sus tradiciones y sus competencias, su estructura productiva, su patrimonio cultural, sus recursos materiales, su futuro, etc.”*. Este tipo de identidad permite favorecer la generación o fortalecimiento del sentido de pertenencia de la comunidad, lo que implica la cohesión social y la capacidad de organización para generar proyectos compartidos.

Por otro lado, siguiendo a la autora el desarrollo territorial implica también desencadenar un proceso de aprendizaje en el territorio. Esto implica un aprendizaje dirigido, es decir, que tenga como objetivo fortalecer las capacidades de los actores locales.

Por último, este enfoque sostiene la importancia de la particularidad de cada territorio. Por lo tanto, no resulta posible aplicar modelos o replicar procesos exitosos dado que cada comunidad es “única” y va a requerir de estrategias específicas de los problemas y las necesidades que ese entramado socioinstitucional priorice en función de su historia y su presente (Rozenblum, 2014). Como sostiene Alburquerque (1997):

“Al aceptar que las características históricas, culturales, institucionales y sociales condicionan las estrategias y los procesos de transformación de la economía y la sociedad, lo que se está subrayando es que no existe una, sino diversas vías posibles de desarrollo, en las cuales los diferentes actores sociales desempeñan funciones relevantes en cada territorio concreto”.
(Alburquerque, 1997: 101)

2.2 Metodología de la investigación

La metodología de esta investigación, para lograr caracterizar y comprender la “Feria Regional Barrio Bonacina” de Pedro Luro, fue de tipo cuali-cuantitativa. Las actividades que se realizaron fueron revisión y análisis bibliográfico, entrevistas en profundidad a informantes claves, visitas a la Feria, observación directa sobre el terreno, revisión de periódicos, utilización de datos censales y un relevamiento a través de encuestas y entrevistas a feriantes y encuestas a consumidores. Esto permitió indagar *“en situaciones naturales, intentando dar sentido o interpretar los fenómenos en los términos del significado que las personas les otorgan”* (Vasilachis de Gialdino, 2007: 24).

Asimismo, se optó por el estudio de caso a fin de abordar la problemática contemporánea, de inserción de productos al mercado, que viven los productores familiares de nuestro país. Según Yacuzzi (2005: 1) esta herramienta de investigación *“estudia temas contemporáneos sobre los cuales el investigador no tiene control y responde a preguntas de tipo ‘cómo’ y ‘por qué’”*, permitiendo además generar teorías sobre fenómenos tanto sociales como organizacionales de causalidad compleja.

Entonces, el estudio de caso se utiliza cuando el tipo de pregunta que se busca responder es de tipo *“cómo”* o *“por qué”*, cuando el tema de investigación es contemporáneo y cuando se tiene poco control sobre los acontecimientos (Yacuzzi, 2005). Según la definición de Yin (1994, citado por Yacuzzi 2005: 3) es *“una*

investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de un contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes". A su vez, la elección del caso es resultado de un recorte temático por parte del investigador de acuerdo a su interés.

Respecto a este tema, el interés por estudiar y comprender la "Feria Regional Barrio Bonacina" tiene que ver con su especificidad y con el propósito de analizar si este instrumento es aplicable al desarrollo local o territorial del Partido de Villarino. Para ello, se analizaron; por un lado, los distintos aspectos económicos, productivos, sociales y territoriales de la Feria; y por el otro, su proceso organizativo y las distintas dinámicas territoriales que le permiten no solo su continuidad en un espacio determinado sino también el desarrollo en ese territorio.

Asimismo, se realizaron cuatro etapas de trabajo (Alcoba y Dumrauf, 2011: 52): 1) Recopilación de información, 2) Organización de la información, 3) Análisis de la información y, 4) Interpretación de la información.

En cuanto a la primera etapa del trabajo, correspondiente a la recopilación de información, fue de tipo exploratoria, ya que permitió acercarse mejor a la problemática planteada. Para ello, se realizó una revisión bibliográfica y posteriormente, se hicieron entrevistas abiertas (o en profundidad) y cuestionarios a distintos informantes claves: tres (3) pequeños productores y feriantes de origen boliviano, dos (2) comerciantes locales del Barrio Bonacina (partícipes de la Feria), tres (3) agentes de extensión del INTA, dos (2) miembros de la comisión directiva de feriantes y tres (3) integrantes del Honorable Concejo Deliberante de Villarino. Estas entrevistas tuvieron como objetivo generar un espacio de diálogo donde "el otro" estructure el discurso.

Según Mendizabal (2007), una de las características más importantes del tipo de investigación cualitativa, es la de ser especialmente inductiva, donde:

"La información surge de la actitud naturalista del investigador al realizar el trabajo de campo, ya que interacciona con las personas en su propio ambiente y habla su lenguaje (por lo tanto está lejos del laboratorio o de las aulas, que serían no naturales), y utiliza una multiplicidad de métodos para registrar datos; se aborda en forma holística las situaciones sociales complejas y es indicada para analizar sus procesos y trayectorias". (Mendizabal, 2007: 68-69)

Más tarde, para lograr obtener un conocimiento en profundidad de la organización, características y dimensiones de la "Feria Regional Barrio Bonacina" se realizó un relevamiento a 180 feriantes⁶ a partir de un formulario de encuesta semi-

⁶ Cuando se hace referencia a los resultados de estas encuestas y de aspectos referentes al total de los productores hortícolas y emprendedores participantes de la Feria, se los denomina como "feriantes".

estructurada. Esto permitió la complementariedad con información de carácter cuantitativo (datos estadísticos). Para ello, se realizaron distintas visitas a la Feria donde se registró, a través del interrogatorio de las encuestas, información sobre cada feriante y su puesto de venta. Asimismo, se realizaron encuestas semi-estructuradas dirigidas a consumidores con el objetivo de conocer sus características.

Los objetivos que se persiguieron en el relevamiento fueron los siguientes:

- Caracterizar e identificar la organización interna de la Feria y sus feriantes.
- Identificar y conocer las dimensiones de análisis de la Feria.
- Conocer las motivaciones de los feriantes, y los consumidores.
- Comprender y analizar las estrategias de reproducción social de los feriantes.
- Identificar los conflictos internos (entre feriantes) y externos (con el Municipio, comercios y vecinos) de la Feria.
- Analizar las trayectorias socio-laborales de los feriantes.

A partir de la información obtenida del relevamiento realizado de la Feria se realizó una descripción acerca del desenvolvimiento cotidiano de la Feria, siguiendo la propuesta metodológica de los autores Maraschio y Castro (2016) en su investigación *“La Feria Franca de Luján, un emprendimiento de la Agricultura Familiar y la Economía Social y Solidaria”*, que se basa en una estrategia cuali-cuantitativa que combina fuentes secundarias y primarias con la finalidad de comprender la Feria como espacio de comercialización, interacción social, encuentro y socialización.

Luego, se realizó un análisis más amplio de la “Feria Regional Barrio Bonacina” entendiendo que según Busso (2010b: 107) *“las ferias son un espacio histórico de intercambios, pero no sólo de mercancías, sino también de historias, de vivencias, de códigos, de costumbres, de informaciones”*. Para ello, existen múltiples dimensiones que configuran las ferias y que es necesario estudiarlas para comprender mejor la Feria en su totalidad, y no su aspecto estrictamente económico.

Esta autora en su artículo *“Las ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización. Aportes para su estudio”*, presenta una perspectiva analítica que permitió el estudio de la “Feria Regional Barrio Bonacina” a partir de seis dimensiones de análisis: físico-estructurales, sociodemográficas, legales/institucionales, comerciales, políticas e ideológico-culturales. A su vez, se indagó en las actividades y estrategias de reproducción social de los feriantes, identificando sus distintas trayectorias socio-laborales.

También se registraron historias de vida de algunos/as productores/as feriantes para comprender mejor cómo fue el proceso asociativo y organizativo de la Feria en cuestión. Esto permitió además comprender el proceso de la migración boliviana y ver si tenía relación con el surgimiento de la Feria.

Asimismo, se llevó un diario de campo como control propio y para anotar todas las observaciones posibles de la Feria. Junto al diario de campo se realizó una compilación fotográfica propia de la Feria. Según Ameigeiras (2007):

“El diario conforma un espacio propicio para la explicación de los cambios y de las transformaciones sentidas que acompañan el trabajo, desde el momento que lo comenzamos. Una oportunidad para detectar sesgos personales, situaciones o vivencias que pueden, de una u otra forma, incidir en el mismo”. (Ameigeiras, 2007: 136)

En la segunda etapa, para organizar la información se realizó una clasificación y sistematización de la misma, con el objetivo de lograr un análisis de los aspectos más relevantes de la dimensión económica- productiva y social de la feria. Como por ejemplo: su proceso histórico de creación, el perfil de los consumidores, el perfil de los productores, características de la comercialización, entre otros.

Para las etapas de análisis, interpretación y elaboración de la información, fue muy importante el trabajo tanto en gabinete como el trabajo de campo, y la posterior articulación entre ambos. Esto permitió la elaboración de reflexiones pertinentes a la Feria. Según Cremaschi et al (2013: 8) *“el trabajo de campo es fundamental por ser el territorio donde se construyen los saberes y sentidos”*.

En cuanto a las fuentes secundarias, son explicitadas en la bibliografía. Se tuvo en cuenta también la información secundaria proveniente de artículos, medios informativos, páginas web, estadísticas locales, entre otros.

Por último, se utilizó la técnica de la observación debido a que se buscó la cercanía con los feriantes participantes de la Feria, *“ya que la cercanía a los/as actores conlleva a presenciar y compartir variados espacios con los/as integrantes del mismo”* (Cremaschi et al., 2013: 8). Según Hernández Sampieri et al. (2008: 597), *“la observación es formativa y constituye el único medio que se utiliza siempre en todo estudio cualitativo. Podemos decidir hacer entrevistas o sesiones de enfoque, pero no podemos prescindir de la observación”*.

3. ESTUDIO DE CASO: “FERIA REGIONAL BARRIO BONACINA”

3.1 Contexto territorial: Valle Bonaerense del Río Colorado (VBRC)

Para el presente trabajo, se consideró necesario comprender las dimensiones económicas, sociales y productivas del territorio donde se encuentra emplazada la “Feria Regional Barrio Bonacina” y donde se estructuran las estrategias de reproducción social y económica de los principales actores, los feriantes.

Para ello en el primer apartado se realiza una descripción de la localización geográfica y caracterización productiva del área de estudio. Luego, en los siguientes apartados se indaga sobre los ciclos migratorios de origen boliviano y la radicación de las familias bolivianas en la zona bajo estudio, dado que son ellos los precursores de esta Feria.

3.1.1 Localización geográfica y caracterización productiva del área de estudio

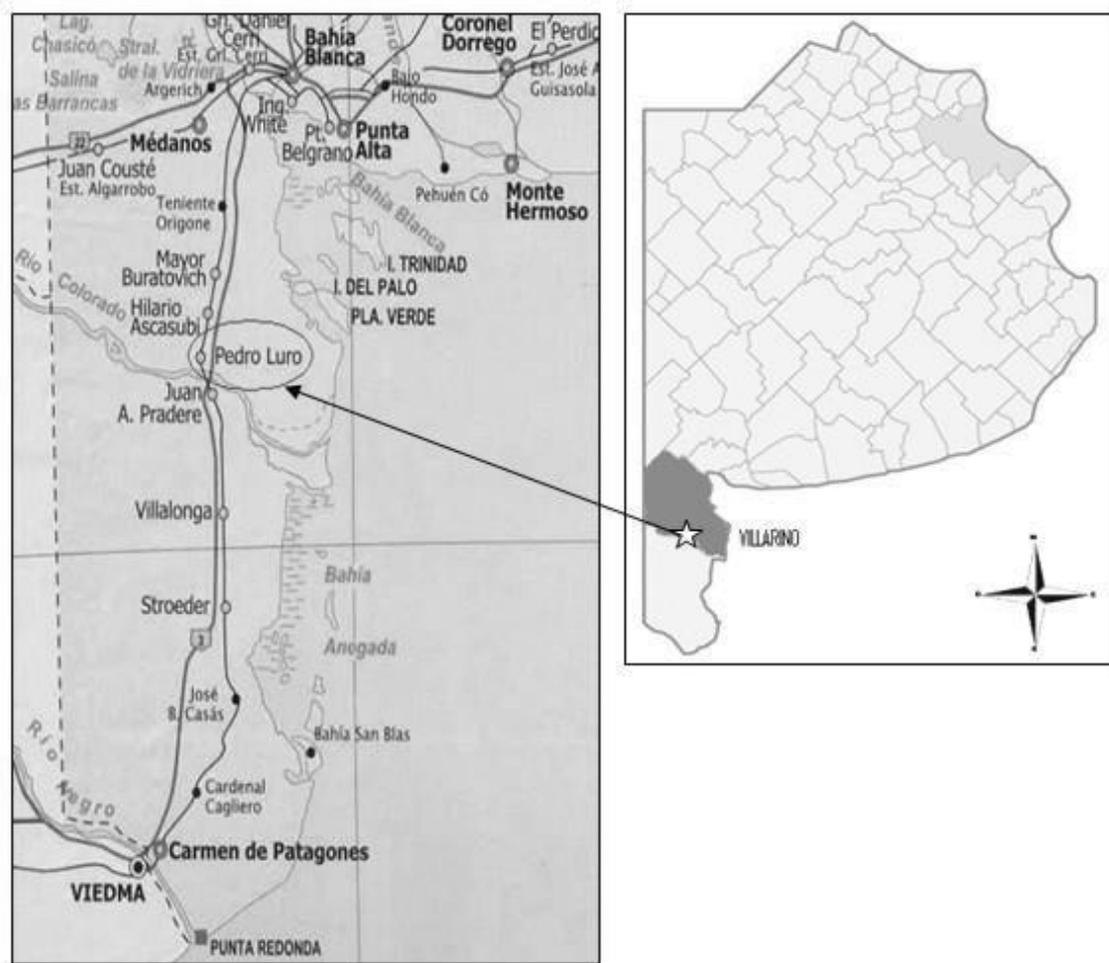
La localidad de Pedro Luro, donde se encuentra la “Feria Regional Barrio Bonacina”, está ubicada al Sudoeste de la provincia de Buenos Aires a orillas del Río Colorado y sobre la Ruta Nacional N° 3. Esta localidad forma parte del Partido de Villarino, uno de los 135 partidos de la provincia de Buenos Aires, siendo el segundo en extensión de la provincia, sólo superado por Carmen de Patagones (ver Figura 4).

Asimismo, la localidad de Pedro Luro integra, junto a otras localidades del Partido de Villarino y Patagones, el área de estudio investigativo denominado Valle Bonaerense del Río Colorado (VBRC) (ver Figura 5). Según las autoras Picardi et al (2007: 2), *“la característica distintiva de este ámbito geográfico es su configuración como área de riego”*. Además, el área del VBRC es conocido por ser el mayor productor de cebolla de la Argentina, contribuyendo con el 85% de las exportaciones de ese producto (Picardi et al., 2007). En referencia a este tema Albadalejo et al. (2001: 113) sostienen que, mercados lejanos como los de Europa y Brasil, *“se interesaron en este producto del Río Colorado, considerado de alta calidad, y contribuyendo activamente a su expansión”*.

Al mismo tiempo, debido al predominio de un perfil agropecuario de esta zona también es importante la producción de semillas de distintas variedades de alfalfa y de girasol, y la existencia de otras hortalizas que se producen como el ajo, zapallos,

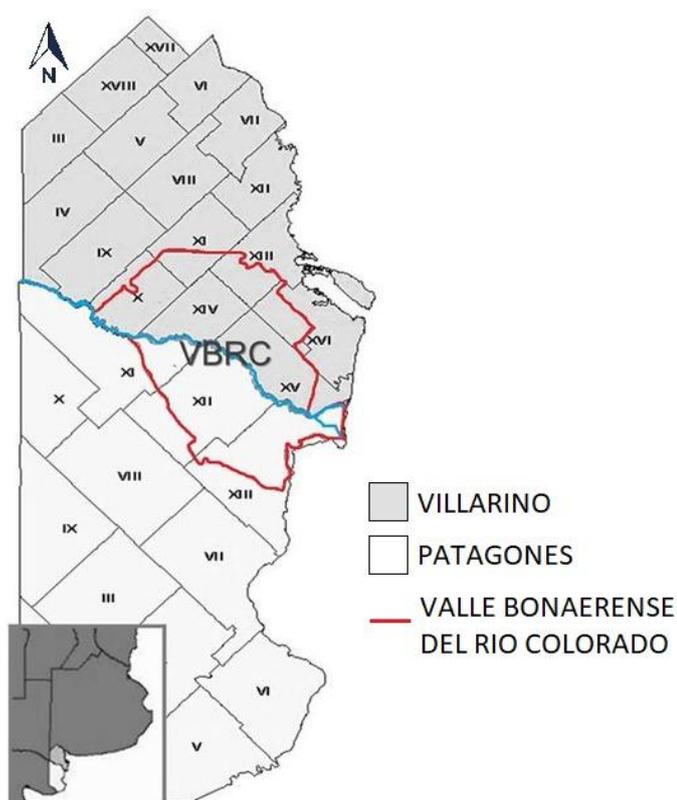
tomates, pimientos y frutas como el melón y la sandía. Sin embargo, ningún cultivo logró la rapidez y la importancia en el desarrollo local como el de la cebolla (Albadalejo et al., 2001). Las excelentes condiciones agrícolas, de clima y suelo, y la infraestructura regional, tanto de riego como de empaque, que ofrece el Valle Bonaerense del Río Colorado permitieron que el cultivo de cebolla se convierta en el principal cultivo intensivo del área (Picardi et al., 2007).

Figura 4: Localización del área de estudio



Fuente: Torrez Gallardo, 2011.

Figura 5: Localización del Valle Bonaerense del Río Colorado



Fuente: Elaboración propia en base al mapa del área de influencia de CORFO Río Colorado en: <https://corfo.gob.ar>, 2020.

Con respecto a este tema la geógrafa Torrez Gallardo (2016: 23) sostiene que *“la especialización en este cultivo ha generado ventajas incomparables sobre las otras provincias productoras del país, posicionándose como la principal área productora para la exportación de cebolla en fresco”*. Las excelentes condiciones climáticas y agroecológicas que ofrece el VBRC favorecieron la producción hortícola, permitiendo obtener un producto de calidad a costes competitivos. Asimismo, a ello se le suma la infraestructura de riego favorable, la posibilidad de conservación y la disponibilidad de mano de obra, principalmente (Torrez Gallardo, 2016).

Teniendo en cuenta las características del proceso productivo de esta hortaliza, se puede afirmar que es una de las actividades agropecuarias más demandantes de mano de obra (Picardi et al., 2007). Se estima que un 60% de la población, concentrada en los pueblos del Partido de Villarino y ubicados en el VBRC (Mayor Buratovich, Hilario Ascasubi y Pedro Luro), se encuentra afectada a tareas vinculadas con su producción, industrialización y comercialización; tanto en la zona urbana (dado

que allí se ubican los galpones de empaque) como en la rural. Esto implica una gran generación de empleo, acompañada desde hace varios años por una importante inmigración, originarios de Bolivia, Chile y recientemente Paraguay, quienes se fueron incorporando al mercado de trabajo cebollero a medida que la actividad se fue expandiendo.

En este contexto, surge el interés de abordar el estudio sobre el perfil productivo de la zona, es decir, el cultivo de la cebolla y su mercado de trabajo. Esto se debe a que este cultivo es considerado como uno de los principales factores claves que movilizan y dinamizan los flujos poblacionales característicos de la región, generando consecuencias socio-territoriales en las distintas localidades del Partido de Villarino, especialmente en Pedro Luro (Torrez Gallardo, 2016).

La actividad cebollera comenzó a desarrollarse en la zona del VBRC a fines de la década de los '70 y estuvo fuertemente acompañada por la inmigración “golondrina”⁷ de origen boliviano, que arriba a partir del año 1972. Es decir, que se observa un crecimiento paralelo entre el desarrollo de la actividad y la inmigración resultante, dado que *“a medida que la actividad se fue expandiendo, comenzaron a llegar migrantes bolivianos para incorporarse al mercado de trabajo cebollero”* (Picardi et al., 2007: 1).

En este sentido, Albaladejo et al. (2001) sostienen que la mano de obra que arribaba era boliviana y del Noroeste de Argentina, buscando encontrar en el cultivo de la cebolla una rápida ascensión social y, sin la cual, el desarrollo de dicho cultivo en el área no hubiera sido posible. Asimismo, afirman que en la localidad de Pedro Luro el importante auge que tuvo la producción de cebolla fue gracias a la incorporación de mano de obra boliviana, básicamente proveniente de Oruro, representando el 20% de la población local.

Más tarde, durante los 90, la conformación del MERCOSUR y la apertura económica de Argentina ampliaron las oportunidades comerciales de la región alentando nuevamente el cultivo de la cebolla (Picardi et al., 2007), y con ello, nuevos flujos migratorios de origen boliviano. A partir de 1995, esta tendencia se ha acentuado cuando la actividad comenzó a evidenciar un crecimiento muy marcado debido al aumento de las exportaciones hacia Brasil, y complementariamente, hacia mercados europeos (Torrez Gallardo, 2016). Luego, a partir de la crisis de diciembre de 2001, el nuevo contexto macroeconómico argentino con la fuerte devaluación del tipo de

⁷ Según Torrez Gallardo (2011: 580), *“es una modalidad de trabajadores temporarios o golondrinas, típicos de las zonas de agricultura intensiva (fruticultura, horticultura), que trabajan como jornaleros y en condiciones laborales de gran informalidad y flexibilidad”*.

cambio, reforzó las ventajas competitivas de los productos primarios exportables lo que favoreció el dinamismo de la región (Picardi et al, 2007).

En el Cuadro 3 se muestra la evolución en el crecimiento poblacional de las distintas localidades del Partido de Villarino, a partir de la información censal de los siguientes años: 1980, 1991, 2001 y 2010. Se evidencia un crecimiento sostenido en el tiempo de toda la población del Partido, donde si bien se puede observar un crecimiento notorio de la localidad de Hilario Ascasubi, se destaca Pedro Luro por ser la localidad con mayor número poblacional. Respecto a este tema, Albaladejo et al (2001) sostienen que:

“El área del Río Colorado es hoy en día una de las pocas áreas rurales argentinas cuya población crece. Se debe principalmente a los bolivianos, que a su vez participan activamente, tanto de la vida social local como de la revitalización del tejido social”. (Albaladejo et al, 2001: 112).

Asimismo, la geógrafa Torrez Gallardo (2016), afirma que este crecimiento se debe a la radicación de muchos inmigrantes bolivianos que dejaron de ser trabajadores golondrinas para establecerse en la horticultura. Benencia (2012) se refiere al tema sosteniendo que:

“Podría afirmarse que la corriente migratoria proveniente de Bolivia cuasi hegemoniza no sólo la oferta de mano de obra en dicha producción (horticultura) en casi todos los cinturones verdes del país, sino que, además, en algunos nichos clave domina los eslabones más importantes de esta cadena agroalimentaria. Desde finales del siglo XX e inicios del XXI, los inmigrantes bolivianos, apoyándose en la tradición de la inmigración europea, están hoy ejerciendo el predominio en la producción y en la comercialización de la horticultura en fresco”. (Benencia, 2012; 163)

Cuadro 3: Población de las principales localidades del partido de Villarino

Localidades	Censos de Población			
	1980	1991	2001	2010
Médanos	4603	4755	5477	5245
Mayor Buratovich	3003	3363	4268	5372
Hilario Ascasubi	700	1442	2533	3427
Pedro Luro	3194	4205	6626	9494

Fuente: Torrez Gallardo, 2016.

En este sentido, se visibiliza que el Partido de Villarino ha recibido una gran cantidad de inmigrantes de países limítrofes, siendo posible identificar un elevado número de habitantes radicados de origen boliviano, seguido por la población chilena y

paraguaya (ver Cuadro 4). Cabe mencionar que, si bien la población paraguaya es minoritaria en cuanto al número de familias radicadas en la zona, es creciente en cuanto a su presencia temporaria.

Por último, dentro de esta movilidad poblacional, se deben incluir también a los trabajadores del NOA y del NEA, principalmente de las provincias de Catamarca, Jujuy, Santiago del Estero y Misiones durante la época de cosecha, quienes se instalan en la zona del VBRC como trabajadores temporarios. A su vez, se deben agregar a muchos migrantes que viven o trabajan en Buenos Aires en la construcción o la industria textil y que también llegan a la zona en la época de cosecha como mano de obra temporaria (Torrez Gallardo, 2016).

Cuadro 4: Población extranjera en el Partido de Villarino, Año 2010

Lugar de Nacimiento	Población total nacida en el extranjero
Total	3.319
AMÉRICA	3.164
Países limítrofes	3.135
Bolivia	2.276
Brasil	15
Chile	645
Paraguay	188
Uruguay	11
Países no limítrofes (América)	29
Perú	18
Resto de América	11
EUROPA	145
ASIA	4
ÁFRICA	6
OCEANÍA	-

Fuente: INDEC. Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas, 2010.

3.1.2 Los ciclos migratorios y las redes sociales

De acuerdo a varios autores, la llegada a la Argentina de la población boliviana se desarrolló en cuatro momentos migratorios (Mariano (2015); Zalles Cueto (2002)):

- El primero de ellos se refiere a las migraciones estacionales hacia las zafras azucareras de Salta y Jujuy, desde 1890 a 1930.
- El segundo, de 1930 a 1964, estaría relacionado con la combinación de la zafra azucarera, la recolección de hojas de tabaco, las cosechas frutihortícolas y el comienzo de la fase de fijación laboral a través de la radicación migratoria. Es decir, los propios actores comienzan a realizar distintas acciones para establecerse de forma permanente.
- En el tercer momento, de 1970 a 1984 comienza el desplazamiento al sur de la población boliviana, en especial al Gran Buenos Aires debido a la mecanización y la introducción de nuevas tecnologías que ocasionó la sustitución de mano de obra en las plantaciones.
- Por último, el cuarto movimiento, de 1984 al presente está relacionado con una mayor difusión espacial de los asentamientos bolivianos proponiendo no solo acciones concretas para su inserción en la sociedad local sino también un ascenso socioeconómico, sin dejar de identificarse con su origen nacional.

En este contexto, se observa que la inmigración boliviana que se encuentra en la zona del Valle Bonaerense del Río Colorado tiene una trayectoria que comienza en el tercer momento migratorio, desde aproximadamente el año 1972 (con el desplazamiento al sur de esta población), debido a la necesidad de mano de obra que demandaba el cultivo de cebolla. Asimismo, esta inmigración estuvo alentada desde sus inicios por conocidos o parientes construyendo así los vínculos a través de los cuales facilitaron la llegada de las otras familias (Torrez Gallardo, 2016).

De este modo, fueron conformando las llamadas “*redes sociales*”, definidas por Mariano (2015) como aquellas a través de las cuales los agentes sociales promueven una estructura de relaciones generando un “*sistema de reproducción cultural que a la vez se convierte en canal y base para el traslado de nuevos inmigrantes*” (Mariano, 2015: 49). A su vez, Zalles Cueto (2002: 91) se refiere al traslado de bolivianos a nuestro país como todo proceso migratorio que “*está asentado en redes sociales que reproducen ciclos migracionales a través de varias generaciones y que encadenan un conjunto de contactos y lazos entre los agentes sociales y entre el país de origen y el de destino*”.

Respecto a este tema, Benencia (2005a) sostiene que las redes de relaciones de las que forman parte los inmigrantes bolivianos y que ellos construyen, son las que estructuran las oportunidades. El autor afirma que “*las oportunidades están socialmente condicionadas; no dependen de las características personales, de los*

atributos, sino de las relaciones entre los actores” (Benencia, 2005a: 7). La fuerza de una relación social está dada por el reconocimiento de relaciones recíprocas (es decir, vínculos personales fuertes) y no debido a que las personas estén físicamente próximas.

“Claro, mi papá tenía mi tío. Es como una cadena que se va trayendo o se va formando una cadena entre familiares o un conocido. Entonces, a mi tío también lo trajo un conocido. Mi papá tenía su hermano, su hermano lo trajo. Primero empezó trabajando con él y después ya empezó con otra persona. Así también trajeron a mis tíos por parte de mi mamá. Nosotros trajimos como cinco o seis tíos, que bueno en su momento trabajaron, después se fueron, después volvieron, de vuelta se fueron. Pero es como una cadena que te va trayendo, como que no venís a la deriva sin saber nada” (Feriante-Productora hortícola de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

Asimismo, Zalles Cueto (2002) afirma que el objetivo de los migrantes se trata de la búsqueda de bienestar tanto económico como social, estimulado siempre por la demanda laboral y por el mejor estilo de vida del país receptor. Así se evidencia en uno de los testimonios de los entrevistados:

“El boliviano viene a trabajar, exclusivamente a trabajar. El boliviano es muy trabajador (...) el boliviano va a buscar para hacerse su propia casa, por lo menos los que vienen a instalarse” (Concejal del Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2018).

3.1.3 Caracterización del inmigrante boliviano: de “mediero” a “arrendatario”.

Las familias bolivianas que llegaron al VBRC, durante los años mencionados, alentados por las condiciones laborales y la posibilidad de mejorar su bienestar económico, lograron instalarse en un primer momento, como medieros (popularmente conocidos como “centajeros”) en las explotaciones agropecuarias de la zona, para luego radicarse como arrendatarios y residentes de las localidades del Partido. En este sentido, Pedro Luro es una de las localidades que más transformaciones socio-espaciales⁸ ha percibido a raíz de estas corrientes migratorias (Torrez Gallardo, 2011).

⁸ Estas oleadas migratorias han provocado grandes transformaciones sociales y espaciales en el territorio en cuestión, dado que ocasionaron un crecimiento poblacional no planificado con procesos de inclusión y exclusión social. Esto se puede observar en las condiciones de

La figura de la mediería, consiste en un arreglo contractual no escrito (“de palabra”) entre el propietario de la tierra y el trabajador boliviano (Picardi et al., 2007), implicando con ello mucha informalidad y precariedad en las relaciones laborales. De todos modos, según Benencia (2005a: 3) *“los medieros de origen boliviano constituyen la mayor proporción del total de trabajadores contratados en la mayoría de los mercados de trabajo de las áreas hortícolas”*.

En el VBRC, el mediero trabaja para el dueño del campo, tanto en el cultivo de la cebolla como de otras hortalizas, recibiendo como retribución un porcentaje del volumen comercializado, que generalmente asciende a un 30 o 35 %. Siguiendo a Picardi et al. (2007) el precio de venta del producto se reparte en distintos porcentajes entre el propietario del campo y el mediero. A su vez, estas autoras afirman que:

“Esta modalidad se caracteriza por una relación en la cual el propietario y el mediero acuerdan llevar adelante el proceso productivo bajo determinadas condiciones, que si bien varían según el convenio, garantizan la presencia continua de mano de obra a lo largo de todo el ciclo productivo y la asunción compartida de los gastos y riesgos que de él se deriven”. (Picardi et al., 2007: 5)

Al igual que en otras partes de la provincia de Buenos Aires, como se mencionó anteriormente, aquellos migrantes bolivianos que llegaron a la zona comenzaron a trabajar como asalariados o como medieros en explotaciones empresariales o familiares capitalizadas. Luego de varios años, muchos de estos trabajadores lograron incorporarse como pequeños productores arrendatarios al proceso productivo de la cebolla y de otras hortalizas producidas en el VBRC. Para ello arrendaron unas pocas hectáreas llegando a trabajar una superficie total de 3 o 4 has. Con los años lograron acceder a maquinarias agrícolas propias, construir invernaderos para la producción de hortalizas durante todo el año y adquirir viviendas en los campos o localidades próximas, como Pedro Luro, Hilario Ascasubi y Mayor Buratovich. Algunos de ellos, pudieron hasta comprar tierras para desarrollar su propia producción hortícola. En palabras de Albadalejo et al. (2001: 117) *“estos inmigrantes llegan con el sueño de transformarse rápidamente en arrendatarios, una vez juntados el capital y los contactos necesarios para convertirse más tarde en propietarios, si las cosechas ayudan”*.

Esto se demuestra en los testimonios de los entrevistados. El primer caso corresponde a una inmigrante y feriante de origen boliviano, hija de un productor

precariedad habitacional y sanitarias en las que viven, y de ilegalidad, dado que la mayoría de ellos llegan indocumentados (Torrez Gallardo, 2011).

horticultor diversificado con invernaderos, que se radicaron en Argentina hace 20 años. El segundo caso, es un inmigrante y productor hortícola de origen boliviano radicado hace más de 15 años en la zona del VBRC.

“Nosotros alquilamos. En junio va a hacer 7 años. Antes trabajamos a porcentaje, teníamos un patrón. Nosotros lo único que hacíamos era trabajar. Vos trabajabas, el patrón ponía todo y después te daba un porcentaje, 35%. Entonces, ponele un artículo que valía \$100 te pasaba \$35, o sea, por artículo. Lo que tiene trabajar a porcentaje, es que vos no sabes a qué precio se vendió, entonces ahí te manda el patrón. Capaz que se vendió a \$100 y él te pasa \$80. En eso hay mucha diferencia. Pasa en todos lados, donde hay patrones hay mucha diferencia en los precios. Nosotros poníamos la mano de obra nada más. Después el patrón ponía todo. Todo lo que es agroquímicos, lo que es para tractor. Después decidimos salir solos pero cuesta arrancar también, porque no tenés herramientas, por ahí alquilas el campo, pero bueno. Al principio, no teníamos tractor entonces tenías que pagarle a otra persona para hacer el trabajo. Pero ahí tenés que esperar los tiempos de la otra persona. Entonces una vez que ya te haces de herramientas es mucho más fácil. Porque vos vas y preparás, y sembrás, y plantás cuando vos querés. Es distinto, te vas estabilizando. Pero bueno, hoy en día cuesta más igual” (Feriante-productora hortícola de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

“En mi caso, vinimos nosotros, vinimos casi juntos con mi tío. La primera vez que llegamos como centajero. Si vos trabajas por porcentaje comúnmente trabajas para el dueño del campo. Pero la gente se empezó a, como te digo, a despertar. Yo creo, no. Bueno, yo prefiero alquilar, me manejo yo los tiempos y decir bueno, saco la producción le pago lo que tengo que pagar al dueño del campo y yo decido cuando venderla. Viste que antes si vos eras chacarero el dueño del campo se llevaba el 70% de todo y él te manejaba: no lo vendamos este mes, lo vendamos al otro, y así viste. Pero ahora no, en cambio vos alquilas vos decís, bueno está la producción yo la vendo este mes al otro, cuando a vos te parezca. Antes cuando vos eras porcentajero, ellos te obligan a hacer un montón de cosas, por ejemplo, te decían tenés que regar hoy, tenés que (...) te manejaban directamente todo, desde que sembrás hasta que vendés. Y de esa manera se manejaban ellos. Y llega un momento que decimos, bueno sembramos alquilado (...) y faltaba un poco de capital capaz también, porque tampoco podés ir a sembrar sin un peso ni nada. Una capital y otro conocimiento, un poco más. Esos años había herbicidas pero no los podías implementar porque no conocíamos que era, para que se usaba el glifosato, el round up. A través de los años, el boliviano, nosotros fuimos conociendo, ganando conocimiento, para qué era el

herbicida y lo empezaron a implementar (...) Y por eso creo que cada año a año se van produciendo cada vez más hectáreas” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 11, 24/09/2019).

A partir del relato de este último productor se vislumbra la importancia de la mediería como modalidad de trabajo para el inmigrante boliviano dado el proceso de aprendizaje en el que se encuentra inmerso durante su transcurso, no solamente desde el punto de vista productivo sino también el comercial. Es decir, que el trabajador adquiere cierta experiencia, saberes y conocimientos que le permiten al cabo de unos pocos años iniciar la actividad hortícola de manera privada, buscando sus mejores alternativas productivas y de comercialización. Esto se evidencia también en las palabras de uno de los técnicos entrevistados del INTA.

“La modalidad de esta producción es, por ejemplo: XXX tiene muchos invernaderos pero que no produce él, sino que lo que tiene son centajeros (medieros), productores que trabajan un invernadero o dos invernaderos, producen. XXX pone todo lo que es la estructura, los insumos y demás, algo del manejo también (porque no se desliga), y el productor pone toda la mano de obra para hacer todas las tareas de mantenimiento, riego, cosecha y demás. Y después comercializa XXX y de eso que comercializa, el 30% aprox. va para el productor, otro 30% (más o menos) son los costos y el otro 30% es la ganancia de XXX. Al productor le permite tener un rédito económico. Para un productor que no tiene nada (maquinaria ni recursos económicos), esta es una salida, están 4/5 años en esta modalidad, generan un ingreso y después se abren y comienzan su actividad privada. De alguna manera, para ese perfil de productor también le sirve por la experiencia de trabajar en ese sistema productivo que por ahí no la tiene alguien que viene a trabajar de otro lugar, y que nunca produjo o produjo otras cosas, no tiene la experiencia. Otra es que los canales comerciales, hay que caminar bastante para encontrarlos, entonces si esta persona no tiene donde comercializar, tenerlo a XXX ya sabe que la verdura se va a colocar en algún lado. Por eso le sirve a ese productor” (Técnico INTA, Entrevistado 8, 11/04/2019).

Siguiendo esta línea, Benencia (2005b) sostiene que:

“En el inicio de su trayectoria laboral, en especial los primeros migrantes se ofrecen como mano de obra en las quintas con un doble propósito: ganarse el sustento por una temporada y aprender a trabajar (capacitarse) en una actividad para la que sólo poseen cierta destreza intrínseca, por su origen campesino, pero poco conocimiento específico; de ahí que se inserten en

categorías ocupacionales tales como: peones tanteros⁹, en principio, y como medieros, cuando han adquirido las competencias suficientes para manejar una pequeña explotación, y puedan contar con la mano de obra necesaria (trabajadores familiares o ajenos) que los acompañe para acceder a la mediería en quintas de patronos asentados (nativos o bolivianos)". (Benencia, 2005b: 16)

A su vez, de acuerdo a los testimonios de los entrevistados, se puede apreciar el proceso de movilidad social ascendente por el que transitan las distintas familias de los inmigrantes bolivianos en el VBRC, fenómeno desarrollado por Benencia (2005a) para los distintos cinturones hortícolas de nuestro país y conocido como "*escalera hortícola boliviana*".

"A su llegada los inmigrantes bolivianos de la familia pionera acceden a la tierra en el área mediante la concertación de contratos de mediería (o como porcentajeros, como ellos se denominan), y cuando han ahorrado cierto capital y se interiorizan de las particularidades de la región -tanto en lo referente a sus características productivas cuanto de mercado-, optan por la modalidad de arrendamiento, que si bien implica mayor riesgo, permite aumentar la tasa de ganancia". (Benencia, 2005a: 12).

Cabe aclarar que, para el caso del VBRC si bien existe un pequeño número de estos trabajadores (que comienzan como medieros y con el tiempo se transforman en trabajadores arrendatarios) que alcanzan la categoría de pequeños propietarios, esta evolución no puede generalizarse (Gorenstein, 2006). "*La mayoría de estos minifundistas no alcanzan un proceso sostenido de capitalización y vuelcan sus escasos recursos a la producción hortícola para autoconsumo, vendiendo parte de su fuerza laboral (individual y familiar) en otras explotaciones"* (Iurman 1998, citado por Gorenstein, 2006: 88).

Por otro lado, debido a que el mercado de trabajo hortícola del VBRC se caracteriza por el predominio de las relaciones de mediería, y por la informalidad y precariedad de las relaciones laborales, se evidencia la necesidad de generar otros ingresos familiares por parte de estos trabajadores (Picardi et al., 2007). Por ello, actualmente las familias bolivianas que trabajan como medieros, siembran dos o tres surcos con hortalizas destinadas a su autoconsumo y para la generación de un pequeño excedente de producción. Ese excedente es comercializado directamente en las ferias o verdulerías de las localidades vecinas.

⁹ Según Benencia (2005b) "*Trabajadores temporarios que no cobran un salario fijo, sino según la tarea que realizan: por la cosecha de tantos cajones de tomates, por el deshierbe de tantos surcos, etcétera*" (p. 16).

Asimismo, si bien muchos de los feriantes encuestados manifestaron que el motivo por el que empezaron a vender en la Feria tenía que ver con la necesidad de generar otro ingreso familiar, también destacaron la importancia de que la verdura no se estropee en el campo dado que ellos no alcanzaban a consumirla en buen estado y tampoco conseguían compradores que se acerquen hasta el campo. Al ser un volumen pequeño de producción los compradores no van al campo (porque como no alcanzan a llenar el camión en el que se desplazan) y tampoco es suficiente para ser comercializado en los distintos mercados de Bahía Blanca. Por lo tanto, en sus chacras tienen un pequeño sector de la quinta destinado a producir para la Feria donde se presenta mayor diversidad de hortalizas. Esto se demuestra en los testimonios de los feriantes encuestados:

- *“Aprovechar la oportunidad para poder vender algo. Aprovechar que hay feria y se vende más”* (Feriante y productor hortícola, Encuestado 158, 26/01/2020).
- *“La verdura en el campo se pasaba”* (Feriante y productora hortícola, Encuestado 69, 13/10/2019)
- *“Que la verdura no se quede en el campo, que salga”* (Feriante y productora hortícola, Encuestado 108, 13/10/2019).
- *“Quedan pocas bolsas y hay que vender”* (Feriante y productor hortícola, Encuestado 96, 13/10/2019).
- *“No sabíamos donde vender. No producimos en cantidad para el mercado”* (Feriante y productor hortícola, Encuestado 119, 12/01/2020).

Por último, algunos de los inmigrantes bolivianos que se incorporaron como pequeños productores arrendatarios al proceso productivo de hortalizas y frutas de la zona del VBRC, en la actualidad destinan su producción (dependiendo el volumen obtenido) a las verdulerías de las localidades del Partido de Villarino, a los mercados concentradores de Bahía Blanca, a la venta en el campo a particulares o verduleros o en algunos casos a la apertura de una verdulería propia. El deseo de tener una verdulería es una aspiración que tienen muchos trabajadores bolivianos que se desempeñan tanto en la venta ambulante o que trabajan en las quintas (Pizarro, 2009b).

“Hay mucha gente que, por ejemplo, vende también en su casa después. Entonces hay mucha gente que te pregunta, o si tenés verdulería o si vendes en tu casa. Entonces te preguntan y van. Cuando nosotros recién arrancamos vendíamos mucho en el campo. Mi papá puso un cartel en la ruta de verduras. Porque al principio como que cuesta salir a vender. Íbamos a la feria pero bueno en la semana como que no tenías un comprador fijo. Entonces cuando arrancamos solos en el campo como que costó un poco. Entonces, por ahí, vendíamos más así en el campo a gente. Por ahí ahora, no tiene el cartel puesto, pero gente que sabe va al campo o te preguntan directamente en la feria” (Feriante-productora hortícola de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

3.1.4 La radicación de las familias bolivianas en Pedro Luro y la “Feria Regional Barrio Bonacina”

La radicación de las familias bolivianas en la localidad de Pedro Luro, se fue llevando a cabo con un mayor grado de localización geográfica y conservando sus formas culturales, de alimentación, vestido, celebraciones rituales y religiosas, entre sí en espacios y momentos específicos. En este sentido, la población boliviana fue ocupando las distintas áreas residenciales de la localidad, siendo reconocida por la sociedad lurense como “colectividad” o “comunidad boliviana” (Torrez Gallardo, 2016). Entre estas áreas residenciales se encuentra el Barrio Padre Pablo, el Barrio Bonacina, la llamada Villa Mercosur o Villa Paraguaya, donde el crecimiento poblacional estuvo acompañado no sólo de un notorio crecimiento residencial sino también del surgimiento de organizaciones¹⁰, varios comercios de diferentes rubros, la creación de ferias comerciales y de espacios religiosos y de recreación como clubes y plazas (Torrez Gallardo, 2016). Esto se evidencia en los testimonios de los entrevistados:

“La mayor concentración de bolivianos está en el Barrio Bonacina” (Miembro de la Comisión de Feriantes, Entrevistado 10, 24/09/2019).

“Los bolivianos están muchos de ellos organizados. Hoy tenemos la primera asociación de productores hortícolas bolivianos (APRHOSUB-Asociación de Productores Hortícolas del Sur Bonaerense). Se formó hace dos años. Establecen pautas de trabajo en común (...) En la iglesia

¹⁰ Entre ellas se pueden mencionar: 1) Comunidad Boliviana de Villarino (COBOLVI), que tiene como objetivo agrupar y atender las problemáticas de 8 mil personas aproximadamente, en su mayoría dedicadas al cultivo de la cebolla. 2) Asociación Civil de Productores Hortícolas del Sur Bonaerense (APRHOSUB).

católica, la Pastoral Migratoria ha hecho un trabajo muy importante de integración de bolivianos. Las iglesias evangélicas también tienen fuerza, con familias de origen boliviano” (Concejal del Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2020).

Asimismo, respecto a la llegada de las corrientes migratorias de origen boliviano alentadas por el factor laboral en el partido de Villarino, es importante mencionar que este fenómeno para muchas familias, se *“constituyó en el factor movilizante para determinar proyectos de vida en el espacio receptor”* (Torrez Gallardo, 2016: 30) en lugar de generar solamente una ganancia para luego retornar el país de origen. Esto implicó la construcción de espacios para las interacciones y relaciones entre la comunidad local y la extranjera, como por ejemplo, los partidos de fútbol barriales y las ferias comerciales los fines de semana, entre otros. Respecto este tema Mariano (2015) sostiene que:

“A medida que los migrantes se fueron asentando en las ciudades argentinas, comenzaron a desarrollar diversas estrategias para adquirir trabajo, vivienda, documentación, y construir lugares donde juntarse manifestando prácticas de identificación en el nuevo contexto urbano. En ese sentido, en las ciudades existen múltiples ámbitos de producción y reconstrucción de identidades vinculados a la ‘colectividad boliviana’”. (Mariano, 2015: 49)

En este contexto, se encuentra la “Feria Regional Barrio Bonacina” o “Feria Barrio Bonacina”, como popularmente se conoce y que debe su nombre al barrio de la localidad de Pedro Luro que la alberga desde el año 2009 en sus calles de tierra una vez por semana (ver Figura 6). Cabe mencionar que, este barrio está conformado, en su gran mayoría, por productores hortícolas y trabajadores temporarios de origen boliviano, que se trasladan diariamente a las zonas rurales para realizar los labores que demanda el cultivo de la cebolla (Torrez Gallardo, 2016).

De este modo, se evidencia la “Feria Regional Barrio Bonacina” como una de las prácticas culturales de la comunidad boliviana en la localidad de Pedro Luro, constituyéndose en un lugar de encuentro y reafirmación de su identidad, que les permite su interacción e integración con la comunidad receptora. Por lo tanto, estos migrantes bolivianos, a través de la Feria, no sólo construyen sus propias identidades sino también los modos en que se relacionan con la sociedad receptora. En este sentido, Mariano (2015) define a la población boliviana como creadora de expresiones culturales enfatizando que han logrado producir *“fuertes representaciones simbólico-culturales y formas organizativas y asociativas de afinidad bien cohesionada”* (Zalles Cueto, 2002: 100).

Siguiendo a Zalles Cueto (2002), una de las características más representativas del fenómeno de la migración y establecimiento de los bolivianos en Argentina es el “*enjambriamiento cultural*” que produce el inmigrante boliviano y su comunidad en nuestro país. En palabras del autor, “*la población boliviana emplaza una cultura, con características y rasgos propios, al interior de la sociedad argentina*” (Zalles Cueto, 2002: 100).

Figura 6: Localización de la Feria Regional Barrio Bonacina, en Pedro Luro



Fuente: Elaboración propia en base a Imagen Digital Google, Año 2017

En este contexto, se puede mencionar la conformación del Barrio Bonacina y la Feria que lleva su mismo nombre, como ejemplos de la existencia de una colectividad bien cohesionada, donde la “Feria Regional Barrio Bonacina” reproduce el paisaje de los mercados bolivianos. Esto se evidencia en el siguiente testimonio de uno de los entrevistados:

“Porque esto de la feria viene de allá del norte, lo que es más que todo del lugar de mi viejo de la comunidad de Bolivia, digamos. Viene de ahí eso. Allá vendes de todo (...) Esto te lleva a la necesidad hacer la feria. Como Bolivia antes era un país, hoy creo que está un poco mejor (...). Según lo que me cuentan mis viejos, que estuvieron más años allá, siempre hubo feria. Allá todo es feria, o si no le dicen mercado o mercado campesino, tipo así. Todo son ferias (...) Ya viene así, es tradición, de negociante pero siempre casi en la calle” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 11, 24/09/2019).

A su vez, en la localidad de Pedro Luro, respecto a la comunidad boliviana, es posible observar la celebración de fiestas religiosas y patronales relacionadas con su lugar de procedencia, la realización de actividades multitudinarias como los encuentros deportivos, organizaciones asociativas culturales y económicas, entre otros hechos que manifiestan el mencionado *“enjambriamiento cultural”*. De este modo, *“esta población crea y produce representaciones culturales y organismos tanto informales como institucionales para administrar su adaptación y la apropiación de un nuevo ambiente geográfico y social”*. (Zalles Cueto, 2002: 102).

3.1.5 Antecedentes de ferias en el VBRC

La primera feria que surge en el área del VBRC del Partido de Villarino es el estudio de caso del presente trabajo, la “Feria Regional Barrio Bonacina” en el año 2009. Esta feria nace por la iniciativa de unos pequeños productores hortícolas, de nacionalidad boliviana, radicados en la zona rural y urbana de Pedro Luro.

Luego de varios años, más precisamente en el 2017 las localidades de Hilario Ascasubi y Mayor Buratovich tienen sus primeras ferias, impulsadas nuevamente por la colectividad boliviana. Por este motivo, la Municipalidad de Villarino en el año 2018 sanciona la Ordenanza Municipal N° 3136/2018 (ver Anexo 7) con el objetivo de regular las ferias en todas aquellas localidades del Partido que no tenían legislación vigente en esa materia, como fue el caso de estos pueblos. La única localidad que contaba con una Ordenanza Municipal hasta ese momento era Pedro Luro para la regulación de la “Feria Regional Barrio Bonacina” (Ordenanza Municipal N° 2746/2014 – ver Anexo 6).

En cuanto a la Ordenanza Municipal N° 3136/2018 referente a la Reglamentación de las denominadas “ferias” en el Distrito, solamente autoriza los siguientes rubros/artículos:

- 1) Frutas y verduras frescas de productores locales.
- 2) Panificados de elaboración artesanal sin crema ni necesidad de cadena de frío.
- 3) Productos artesanales no alimenticios.
- 4) Artículos textiles artesanales y usados.
- 5) Productos de bazar y regalería artesanales y manualidades.

Asimismo, prohíbe la venta de los siguientes productos y/o artículos:

- 1) Productos de almacén, ni mayorista ni minorista.

- 2) Puestos de autopartes, acumuladores o repuestos.
- 3) Electrónica, electrodomésticos y/o artículos de telefonía celular.
- 4) Comidas elaboradas en el lugar.
- 5) Bebidas que no cuenten con el debido rótulo.
- 6) Animales vivos o faenados.
- 7) Solventes, pinturas y combustibles.
- 8) Artículos de indumentaria, calzados, librerías, ferretería y juguetería que requieran de una habilitación municipal para su comercialización.
- 9) Productos pirotécnicos, armas o municiones de cualquier tipo.

Esta categorización utilizada en la mencionada Ordenanza Municipal trajo aparejado quejas y reclamos por parte de los vecinos de las distintas localidades debido a que varios de los productos y/o artículos prohibidos en la misma, están autorizados a comercializar en la “Feria Regional Barrio Bonacina”. Por ello, como se verá más adelante, esta última Feria está integrada también por comerciantes de las localidades de Hilario Ascasubi y Mayor Buratovich.

“En Mayor Buratovich y en Hilario Ascasubi se limitó a productos regionales. A todo lo que tiene que ver con lo que extraigo del suelo de Villarino. Por ejemplo, en la feria de Luro ustedes van a ver que se venden productos como los que se venden en supermercados, harina, de bazar” (Concejal Partido de Villarino, Entrevistado 7, 29/08/2018).

“Hay ferias en todos los pueblos. En la de Ascasubi y la de Mayor Buratovich está el Municipio. Por ahí la de Luro es como más independiente” (Feriante-productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

“Si bien hay otras ferias en Buratovich, en Ascasubi, digamos que la de Luro tiene un movimiento que por ahí las otras no lo tienen” (Entrevistado 8: Técnico INTA, Entrevistado 8, 11/04/2019).

Al igual que en Pedro Luro, en las localidades de Mayor Buratovich e Hilario Ascasubi la actividad ferial se puede desarrollar únicamente los días domingos, de 8 a 14 horas en verano y de 9 a 16 horas en invierno. Para ello, el Municipio se comprometió a ceder un predio para la instalación de las ferias con sus respectivos gacebos fijos (de tres metros de frente por tres metros de largo), para cada uno de los feriantes, prohibiendo además la colocación de los vehículos al lado de los puestos.

Actualmente, la Feria de Mayor Buratovich funciona en el Barrio “La Primavera” en un terreno privado, cuyo dueño se lo presta a un grupo de feriantes y donde ellos mismos armaron sus puestos. Existen aproximadamente 15 puestos, existiendo complementación de rubros en muchos de ellos. En cambio, la Feria de Hilario Ascasubi funciona en un predio cedido por el Municipio, y acondicionado para tal fin con puestos fijos.

Fotografías 1, 2 y 3: Feria de Hilario Ascasubi



Fuente: Gentileza del Téc. Martín Barrera, Técnico- extensionista INTA AER Médanos-
Pro Huerta, julio 2020.

Fotografías 4 y 5: Feria de Mayor Buratovich



Fuente: Elaboración propia, octubre 2020

3.2 La “Feria Regional Barrio Bonacina”

3.2.1 Contexto y surgimiento de la Feria

La “Feria Regional Barrio Bonacina” surgió en el año 2009 por iniciativa de unos pequeños productores hortícolas de origen boliviano, radicados en la zona rural y urbana de la localidad de Pedro Luro. Estos productores buscaban una alternativa al monocultivo de la cebolla debido a la crisis económica que estaban atravesando como resultado de varios años de condiciones desfavorables para este cultivo (principalmente climáticas y sanitarias) y de bajos precios de mercado. No tenían ingresos suficientes para la manutención de sus familias y tampoco contaban con mucho trabajo en la zona. Solamente tenían un pequeño excedente de producción de hortalizas que necesitaban vender cuanto antes, no sólo para generar un ingreso adicional, sino también para que no se eche a perder en los campos. Es en este contexto donde se inicia y prospera la Feria, no sólo como una salida a la crisis sino también como una forma de permanecer en la actividad hortícola. Así lo demuestran los distintos testimonios de los entrevistados:

“En otro momento por ahí no hubiese prosperado. En el momento ese en que prosperó la feria fue una crisis económica del 2009/2010 digamos, donde floreció, que bueno, que viene, digamos formándose a raíz de malas cosechas, de mal precio en la cebolla; que hacía que la gente, bueno, busque una actividad alternativa y se fue formando (...)” (Concejal Partido de Villarino, Entrevistado 5, 29/08/2018).

“Si te quedas en casa, ¿qué hacés? Si tenés la verdura para vender, si no vendes a tiempo, se pasa. No se vende todo, no hay plata, no hay trabajo, no vale la cebolla (...) tratar de venderlo barato, cuesta vender pero poco se vende” (Feriante- productora hortícola de origen boliviano, Entrevistado 2, 24/07/2017).

Este último testimonio corresponde a una de las productoras y pioneras de la Feria. Ante la situación económica que estaba atravesando en ese momento, decidió ir hasta la localidad de Pedro Luro y comenzar a vender junto a su marido, desde la caja de su camioneta, la verdura excedente que tenía de su campo. Para ello se instaló, en la calle 5 del Barrio Bonacina, donde hoy se encuentra emplazada la Feria. Esta calle es donde viven los “cuadrilleros”, figuras claves en el mercado de trabajo

cebollero¹¹, dado que son quienes les pagan a los jornaleros por el trabajo realizado en este cultivo. El pago lo realizan los días domingos por la mañana, durante todos los meses que abarca la “temporada de cebolla”¹². En referencia a este tema las autoras Pérez et al. (2006) afirman que:

“Aproximadamente 4000 bolivianos (o descendientes) trabajan cada temporada. Dentro de la cadena productiva, una figura clave es el cuadrillero, del mismo origen, quien lleva cotidianamente en colectivo a los jornaleros a los lugares de trabajo; se encarga de reclutarlos por el pueblo y trasladarlos a los campos, de acuerdo a la cantidad de mano de obra que necesita cada productor y por el tiempo que lo precisa. Por el servicio el chacarero le paga a los cuadrilleros quienes se encargan de pagar a los jornaleros, previa retención de su comisión”. (Pérez et al., 2006: 290)

Fotografía 6: Camioneta como puesto de venta en la calle 5 de la Feria



Fuente: Elaboración propia, enero 2020

Este movimiento de jornaleros que se encontraban todos los domingos haciendo fila en las casas de los cuadrilleros, esperando para recibir su pago semanal,

¹¹ Según Picardi et. al, (2007: 6), el cuadrillero “*resulta un elemento clave dentro del funcionamiento del mercado laboral cebollero, al facilitar la flexibilización de las condiciones de entrada y salida de la mano de obra y las transacciones de trabajo “en negro” durante todo el año. La intermediación del cuadrillero resulta funcional a los intereses del propietario al permitirle disminuir la contratación directa de trabajadores y diluir la relación laboral y los posibles conflictos. El productor le paga por este servicio, y él –luego de descontar su comisión– contrata y paga a los jornaleros*”

¹² “*La siembra de la cebolla comienza entre abril/mayo y se cosecha en diciembre y enero. En las variedades más tardías el período va desde junio/julio a marzo/mayo*” (Picardi et al., 2007: 4). Este plazo es popularmente conocido como “temporada”.

fue el motor que impulsó a estos productores pioneros de la Feria a ubicarse en esta calle con el objetivo de ofrecerles distintas mercaderías. A partir de ese momento, otras familias, también de origen boliviano, comenzaron a vender en la misma calle los fines de semana, asociándose a esta nueva forma de comercialización sin intermediarios, conformando lo que hoy conocemos como “Feria Regional Barrio Bonacina”. Sin embargo, estos nuevos vendedores se fueron agregando con otros rubros, a veces muy distintos a la horticultura. Siguiendo a Zalles Cueto (2002), este movimiento permite comprender el fenómeno de la inmigración boliviana conocido como el “*enjambamiento cultural*”, donde la Feria reproduce el paisaje de los mercados bolivianos. Esto lo demuestran los siguientes testimonios de los entrevistados:

“El origen fue que un grupo de productores, empezaron a ir e instalarse en una calle, y comercializar lo que tenían, lo que producían. También los años 2009/2010 fueron años críticos. Que fue eso, empezar a comercializar de manera directa, que luego se fueron agregando. Y se fueron agregando distintos rubros, no solo lo que sería las ferias verdes con horticultura o frutas, sino que a veces se vio cosas muy diferentes a los que se suele ver en este tipo de feria, que tiene que ver con lo tecnológico, ferretería, ropa nueva y usada. De hecho, es un rubro fuerte” (Técnico INTA, Entrevistado 8, 11/04/2019).

“La feria empezó como dijimos, hicieron unos pequeños productores y algunos quisieron ropa usada que se pusimos ahí en la calle por la necesidad también que había, y bueno de ahí empezamos a vender y bueno llegó un momento que nos querían sacar viste, como el Municipio siempre está, como eramos pocos creo que arrancamos entre 10 más o menos. Y después cada vez se fue sumando más, más, más, así. De 10 feriantes más o menos hoy en el día somos 220 feriantes, puesteros (...) yo me acuerdo bien que los productores sembraban más que todo verdura porque no todos tenían la suerte de tener en Bahía un puesto de mercado o algo. Entonces, lo sacaban a vender ahí. Y después de ahí se sumó algunos de comida también y después se sumaron de ropa usada y así sucesivamente. Se fue sumando ropa nueva, bueno de todo un poco” (Miembro de la Comisión de Feriantes, Entrevistado 10, 24/09/2020).

“Luego como vieron el movimiento se fueron sumando otros agricultores familiares, y luego como había movimiento se fueron sumando otros rubros” (Concejal Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2018).

“Estas comunidades migrantes traen mucha tradición asociativa fuerte. A veces, es la forma que encuentran de poder incidir” (Concejal Partido de Villarino, Entrevistado 7, 29/08/2018).

Durante los primeros años de Feria, los productores, familiares y vendedores de distintos rubros que se fueron sumando a la misma colocaron sus puestos o vehículos sobre la transitada calle 5. Sin embargo, estos últimos años los nuevos integrantes de la Feria comenzaron a ocupar la calle 8 que se encuentra de forma perpendicular a la calle 5. De este modo, la Feria hoy en día forma una especie de “T”, ocupando varias cuadras de la calle 5 con sus fundadores y feriantes más antiguos, y dos cuadras de la calle 8 con los feriantes más nuevos y con aquellos que recién se incorporan a la misma.

Por otra parte, en cuanto a los orígenes de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, se destaca el hecho de un comerciante quién también impulsó con su accionar la instalación de la Feria sobre la calle 5 del barrio, calle donde se encuentra ubicado su minimercado hace 20 años. El comerciante relata que un día comenzó a sacar mercadería fuera del local y colocarla sobre la vereda para su venta, y que esa actitud estimuló a muchos otros comerciantes y productores hortícolas a acercarse a la calle 5 ofreciendo distintos productos. Además, comenta que esta estrategia de venta tenía como objetivo formar un centro comercial.

“Un día compré mil kilos de arroz, un pallet completo, y lo vendí en 45 minutos. Porque venía y hacía cola la gente para comprar. Después compré un pallet de fideos y así sucesivamente. Después azúcar. Hasta que después empezaron a traer todos pallets y a vender, y yo no traje más. Pero en realidad yo siempre dije: hay que hacer salones. Con todos mis vecinos digo: hagamos salones porque el día que se va, nosotros tenemos la posibilidad de tener un centro comercial instalado” (Feriante y Comerciante ubicado en la calle 5, Entrevistado 12, 15/03/2020).

A comienzos del año 2010, debido al crecimiento desbordado de la Feria comenzaron los conflictos tornándose muy difícil su situación dado que funcionaba los días domingos sobre la vía pública sin permiso municipal, es decir, sin corte de tránsito vehicular, sin baños, sin seguridad y sin control bromatológico. Además, ante situación de ausencia de reglamentación había gente que distribuía los puestos en la calle y otros que cobraban por la colocación de los mismos.

“Y en eso de que fue algo que se fue dando, y que no hubo una regulación desde el Estado a nivel municipal, creció y creció mucho de

manera desbordada, sin regulación de ningún tipo (...) cada uno se organizaba cómo podía” (Técnico INTA, Entrevistado 8, 11/04/2019).

Por ello, en el año 2010 el Municipio de Villarino comenzó con la intención de regularla. Durante el año 2011, se realizaron algunas reuniones con los feriantes pero con muchas dificultades y con pocos avances. La Feria siguió creciendo de manera notoria y cada vez era más difícil organizarla. Recién a partir del año 2013, el Municipio logró un proceso de regulación de la misma que comenzó con reuniones que se realizaban en una iglesia los días miércoles con la participación de todos los feriantes.

“A partir del 2013, nos empezamos a juntar todos los miércoles con los feriantes. Y lo que nos costaba traerlos a las reuniones. La primer reunión eramos dos o tres, la segunda cuatro y con invitaciones formales (...) De a poquito se empezaron a arrimar. (Concejal Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2018).

Más tarde, comenzaron los conflictos entre los feriantes porque en cada una de las reuniones discutían y no llegaban a ningún acuerdo. Por ello, los representantes municipales decidieron armar comisiones con cada uno de los rubros que participaban de la Feria. Así, un miércoles se reunían con los feriantes que vendían verduras, al miércoles siguiente con los que vendían ropa, luego con los que vendían comida. Con esta nueva modalidad de reuniones lograron avances con cada una de las comisiones. Por ejemplo, acordaron vender solamente carne cocida y con ciertas medidas de seguridad, prohibiendo la venta de carne cruda. Por otro lado, autorizaron la venta de productos de electrónica pero únicamente con factura.

En el año 2014, el Municipio logró la organización de los feriantes a través de la conformación de la primera “Comisión de Feriantes”, y la formulación de la Ordenanza Municipal N° 2746/2014 (ver Anexo 6) que regula actualmente la Feria. Así lo demuestra el testimonio de uno de los entrevistados que también fue miembro de esta primera Comisión:

“Al principio cuando venían se paraba un coche así, otro coche así, el otro para allá. Entonces, nosotros logramos ordenar eso (...) pongamos el auto como corresponde, de punta, ocupemos tres metros cada uno, respetemos los puestos, si el tipo no viene pero el otro domingo va a venir entonces respetemos e instalate en otro lado, no nos peleemos. Y bueno, eso lo logramos ordenar. Eso que el Municipio siempre decía que era un despiole. Nosotros te lo vamos a ordenar. Después hicimos baños,

compramos elementos, hicimos cestos de basura, tenemos ordenadito (...) fuimos tratando de ordenar todo. Y es el día de hoy que bueno, más o menos funciona y la gente ha tomado conciencia: limpiar, ordenarse, no pelearse, no parar en contramano. Detalles mínimos que son muy importantes para el orden” (Feriante y Comerciante ubicado en la calle 5, Entrevistado 12, 15/03/2020).

La Comisión conocida como “Asociación de Feriantes del Barrio Bonacina” está integrada no sólo por los feriantes autorizados de todos los rubros sino también por los dueños de los comercios habilitados que se encuentran ubicados en las calles donde funciona la Feria. Además, todos los feriantes autorizados deben ser socios de la comisión pudiendo participar de la elección de sus autoridades (representantes).

“Nosotros regulamos sobre algo ya establecido. Es muy difícil regular sobre lo establecido porque te tenés que adaptar a ciertas pautas (...) Hoy la feria ya tuvo un proceso de elección” (Concejal del Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2018).

“La Ordenanza de Luro (...) era un paso muy importante porque previo a eso no se podía regular mucho, porque no tenía una creación formal. Así que la Ordenanza fue un antes y un después” (Concejal del Partido de Villarino, Entrevistado 5, 29/08/2018).

Fotografías 7, 8 y 9: Comercios ubicados en la calle 5 de la Feria





Fuente: Elaboración propia, enero 2020.

Finalmente, el Municipio de Villarino, a través de la Ordenanza Municipal N° 2746/2014, reconoció la existencia de la Feria, logrando con ello regular la instalación de los feriantes que se iban esparciendo en las calles del Barrio Bonacina de la localidad de Pedro Luro. Hoy, la “Feria Regional Barrio Bonacina” es el medio de vida para más de 200 familias instaladas con sus puestos en la vía pública y cuyo funcionamiento es avalado por la misma comunidad que concurre, de forma masiva, a las jornadas feriales. En su texto la Ordenanza Municipal expresa:

“Que hace más de 5 años se han ido instalando en el Barrio Bonacina de la localidad de Pedro Luro diferentes comerciantes de rubros diversos que han ido incorporando mercaderías ofreciéndolas en una primera etapa de manera ambulante y hoy por hoy con puestos fijos. Que con el correr de los años se

constituyó una actividad corriente especialmente los fines de semana”. (Ordenanza Municipal N° 2746/2014, HCD Villarino)

Al día en que se escribe este trabajo, existieron tres sucesiones de “Comisiones de feriantes”. La primera en el año 2014 que se originó junto a la mencionada Ordenanza Municipal. Luego en el año 2017 y 2018 la Comisión fue renovada en Asamblea a través de los procesos eleccionarios correspondientes. Recién en el año 2017 adquirieron la personería jurídica bajo el nombre de “Asociación Civil Feria Regional Barrio Bonacina”.

“Tiene comisiones la Feria. Primero empezó como nada, como para vender y nada más. Después se armó una Comisión y después que pasó un tiempo, como que hubo elecciones de otra Comisión. Porque otras personas que querían participar hicieron otra comisión nueva, por elecciones ganaron (...) Hasta ahora hubo tres comisiones. Hubo una que son como los fundadores, y después entró otra comisión cuando formaron una lista y entraron. Y después hubo una Asamblea. Y después ahí renovaron pero como que a cada miembro. Como que ya no hubo lista sino que la gente quería participar. Todos los años hay asamblea” (Feriante y productora hortícola de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

Actualmente, la “Feria Barrio Bonacina” funciona únicamente los días domingos en las calles 5 y 8 del barrio que lleva su nombre. El Personal del Área de Defensa Civil Municipal es quién realiza el corte de las calles, el ordenamiento del tránsito e interviene a través de un plan de contingencias ante posibles accidentes o incidentes. Sin embargo, de acuerdo a lo indicado en la Ordenanza Municipal N° 2746/2014, la precaria instalación de la feria en la vía pública no puede ser reconocida como viable en el mediano plazo, estableciendo lo siguiente:

“Que el lugar donde funciona hasta la actualidad dicha feria es de carácter provisorio hasta tanto la Municipalidad de Villarino obtenga la aprobación por Decreto provincial de cambio de zonificación de un inmueble donado a favor de la Municipalidad de Villarino en Barrio Los Manzanos para trasladar la feria a un predio cercado y acondicionado a tal fin (pabellón sanitario, playón para el emplazamiento de los puestos, veredas de circulación, forestación e iluminación)” (Ordenanza Municipal N° 2746/2014, HCD Villarino).

Por lo tanto, los feriantes que ocupan actualmente las calles del Barrio Bonacina, suscribieron un “Acta Compromiso” con el Municipio a través del cual reconocieron la autorización para su funcionamiento de carácter provisorio, asumiendo la obligación de trasladar sus puestos al predio Municipal una vez que el mismo esté

en condiciones de ser ocupado. Respecto a este tema, uno de los entrevistados sostiene:

“Siempre sabiendo ellos que el objetivo del estado municipal es que una vez que tengan tierras disponibles la feria se tiene que mover de la calle. La idea es tener un predio cercado, con los servicios donde cada uno tenga su puesto y donde haya una regulación distinta a la que hay hoy, un poco más fuerte (...) El compromiso de los feriantes estaba para moverse” (Concejal del Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2018).

Por último, la Municipalidad de Villarino en noviembre del 2019 les cedió el predio acordado en el Barrio “Los Manzanos” para que los feriantes trasladen la Feria con todos sus puestos. El plazo estipulado para realizar el traslado fue de 8 meses a partir de la fecha mencionada, quedando a cargo de la “Comisión de Feriantes” el acondicionamiento del predio (pabellón sanitario, playón para el emplazamiento de los puestos, veredas de circulación, iluminación, forestación, entre otros).

Respecto a la importancia del rol del gobierno local, se evidencia que hasta el día de hoy, el Municipio continúa presente todos los fines de semana a través de las inspecciones y habilitaciones, policía y defensa civil. Una de las feriantes se refiere al tema:

“(...) todos los domingos estaban los inspectores, y por ahí te pedían que tengas el carnet, que se vea el carnet o si los tenías con un cordón que lo tengas en el cuello, o colgado en el puesto” (Feriante y Productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

Fotografías 10 y 11: Feria Regional Barrio Bonacina





Fuente: Elaboración propia, enero 2020.

3.2.2 Generación y evolución de la acción colectiva en la “Feria Regional Barrio Bonacina”

Siguiendo al geógrafo Bustos Cara (2014) la acción colectiva se refiere a una acción potencialmente *“institucionalizante”*. La evidencia de esta condición ha llevado a profundizar algunos aspectos de su transformación progresiva desde su origen espontáneo, eventual o inducido hasta adquirir formas más o menos organizadas o institucionalizadas. El autor presenta un modelo teórico en su artículo *“Territorio y desarrollo rural”* indicando ciertas etapas o condiciones que permiten proponer una sucesión que parte de la *acción espontánea*, evolucionando hacia la *acción colectiva propiamente dicha*, la *acción colectiva organizada*, concluyendo en la *acción institucionalizada*.

Este esquema simple permite buscar y analizar las condiciones de origen de la acción colectiva de los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina, *“como sistema de actores o formas de subjetividad colectiva que hacen posible una puesta en movimiento de una acción social de conjunto”* (Bustos Cara, 2014: 28). La acción colectiva esquematizada se inicia por efecto de un evento significado o serie de eventos que hacen de disparadores.

En este marco, la *Acción Espontánea* surge cuando una productora de origen boliviano, actual feriante, impulsada por la crisis económica que estaba atravesando en ese momento, decide comenzar a vender en la calle 5 del Barrio Bonacina hortalizas excedentes de su producción para generar un ingreso monetario. Así lo demuestra su testimonio, entendiendo esta acción como una forma de reacción individual disparada por un evento significativo:

“Si te quedas en casa, ¿qué hacés?... Si tenés la verdura para vender, si no vendes a tiempo, se pasa...No se vende todo, no hay plata, no hay trabajo...no vale la cebolla...tratar de venderlo barato, cuesta vender pero poco se vende” (Feriante- productora hortícola de origen boliviano, Entrevistado 2, 24/07/2017).

Luego, cuando comienzan a sumarse otros productores hortícolas, familias y vendedores de distintos rubros, con el objetivo de vender sus productos sin intermediarios, sobre la misma calle del barrio, surge la *Acción Colectiva Propiamente Dicha*. En esta etapa aparecen símbolos y se evidencia una historia en común con referencias de identidad y pertenencia entre los productores y vendedores, y la Feria comienza a reproducir los paisajes de los mercados bolivianos. Además, toma importancia la experiencia vivida dado que legitima el sentido de pertenencia de los feriantes.

“Entonces, eliminaban el intermediario a través de la venta en la feria. Era la venta directa a través de puestos en la calle, se hacía uno o dos domingos por mes. Luego como vieron el movimiento se fueron sumando otros agricultores familiares, y luego como había movimiento se fueron sumando otros rubros” (Concejal del Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2018).

En el año 2014, cuando el estado municipal logra la organización de los feriantes a través de la conformación de la primera “Comisión de Feriantes”, se evoluciona hacia la *Acción Colectiva Organizada*. De este modo, se desarrolla una organización jerárquica con un liderazgo, y se construye un discurso que toma los aspectos más significativos de las demandas o principios que defienden y establecen los feriantes.

“Ahora lo que están haciendo es pedir permiso a esta Comisión para instalarse. Antes no, antes iban a un horario, se instalaban. A veces, había conflicto porque si bien el espacio no era de nadie, creían tenerlo porque en la feria anterior habían estado y en la anterior también” (Feriante y Productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

Por último, la organización de los feriantes a través de la primera “Comisión de Feriantes” permite la formulación y aprobación de la Ordenanza Municipal N° 2746/14 que es la que actualmente regula la “Feria Regional Barrio Bonacina”, y a través de la cual asumen la obligación de trasladar sus puestos al predio Municipal una vez que el

mismo esté en condiciones de ser ocupado. De este modo, se evoluciona hacia la *Acción Colectiva Institucionalizada*. En esta etapa, los objetivos y prácticas de los feriantes se formalizan tanto en el Estatuto como en la Ordenanza Municipal, implicando una práctica burocrática establecida y aceptada. Además, en esta etapa cobra importancia la capacidad de reproducirse para transmitir a los futuros integrantes el sentido de la acción.

“De a poquito fuimos escribiendo todo. Les hicimos las declaraciones juradas (...) Los entramos dentro de la economía formal, y fueron entendiendo que era un beneficio para ellos” (Concejal del Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2018)”.

3.2.3 La feria y su proceso de patrimonialización

La construcción de proyectos colectivos, como es el caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, y su transformación en acción colectiva debe apoyarse necesariamente en procesos identitarios y de patrimonialización, considerados estos mismos como procesos de construcción y producción social situada (Bustos Cara, 2013). Siguiendo al geógrafo Bustos Cara (2004):

“La necesidad de diferenciarse en el proceso de identificarse o definirse frente a los otros conduce a buscar las especificidades culturales propias, transformándolas en valores asumidos, reconocidos y eventualmente transferibles. Apropiarse, como colectivo, de los valores considerados propios por historia y tradición puede definirse como proceso de patrimonialización”. (Bustos Cara, 2004: 16)

En este contexto, se evidencia que la acción colectiva de los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, se expresa a través de su proceso de patrimonialización. Son los feriantes quiénes se identifican culturalmente asumiendo y procurando el reconocimiento externo, pudiendo además asociar la idea de compartir, de incluir o excluir. *“Patrimonializar implica tomar consciencia y por tanto identificar un sujeto que se transforma en actor al construir su pertenencia”* (Bustos Cara, 2013: 3). Asimismo, se vislumbra la afinidad cultural de los mismos que les permite no sólo asociarse construyendo un “*nosotros*” colectivo sino también construir una “*conciencia patrimonial*” teniendo un carácter representacional y comunicacional (Bustos Cara, 2004). Así lo demuestra un testimonio de uno de los entrevistados:

“(...) La de Luro es como más independiente. Tiene comisiones la feria. Primero empezó como nada, como para vender y nada más. Después se

armó una Comisión (...) Entonces ahora se formó una matrícula (...)
(Feriante y Productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9,
14/05/2019).

Por último, el espacio ferial estudiado puede ser comprendido según Pinassi (2017) como un “espacio vivido” entendido como “ese espacio subjetivo que cada sujeto construye sobre su experiencia a lo largo de la vida, con base en las relaciones sociales, sus prácticas en el espacio material, su historia personal y los lazos (sociales, históricos y espaciales) que construye en un determinado lugar” (Pinassi, 2017: 75). Asimismo, al existir bienes y expresiones de la cultura que son compartidos tanto por los feriantes como por la comunidad boliviana local, este “espacio vivido” puede definirse como “espacio vivido patrimonial” dado que puede estructurarse “a partir del conjunto de elementos que identifican, diferencian y destacan el territorio que habitan los sujetos (...) el espacio vivido patrimonial es un espacio subjetivo común (o, al menos, con ciertos elementos comunes) compartido por los individuos en sociedad” (Pinassi, 2017: 76). Esto se observa a partir del relato de uno de los entrevistados:

“Se ha transformado en algo cultural, es cultural. Y la feria de Luro ha transformado a la sociedad. Se ha transformado en un paseo. La gente va a la feria, por más que no vaya a comprar, va a pasear. Va a encontrarse (...) pero va más allá de la comercialización. Es algo cultural que ha transformado (...) Y la gente de la comunidad, sea boliviana o sea descendientes de primera o segunda generación de bolivianos, lo tienen asumido como propio. La feria es algo que está instalado en Pedro Luro”
(Concejal del Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2018).

Este último testimonio permite resaltar también la potencialidad de la “Feria Regional Barrio Bonacina” para la conservación de las tradiciones, afirmación de la propia cultura y defensa de intereses compartidos. Siguiendo a Ferrari et al. (2014),

“En estos mercados las manifestaciones de la cultura son diversas, abarcando desde la forma de cultivar la tierra, la preparación de los alimentos que se producen y se venden, hasta las expresiones de cultura y arte de las personas artesanas. La cultura es, por lo tanto, una forma de vida que abarca la producción, la alimentación y el arte que se despliega en las ferias”. (Ferrari et al., 2014: 4)

3.3 La feria y sus múltiples dimensiones de análisis

En los capítulos anteriores se realizó una descripción y análisis del contexto territorial en el que se gestó y funciona la “Feria Regional Barrio Bonacina”, seguido de un estudio de su surgimiento y proceso de acción colectiva. En este capítulo se presentan determinados elementos que permiten estudiar el espacio de la Feria, delimitándola como un espacio social y concreto dentro del territorio.

Para la recolección de los datos de la Feria y su posterior análisis se llevo a cabo un relevamiento de la misma, que consistió en la realización de 180 encuestas a los puestos de feriantes, desde octubre de 2019 hasta febrero de 2020. Para ello, se realizaron distintas visitas a la Feria donde se registró, a través del interrogatorio de las encuestas, información sobre cada feriante y su puesto de venta (ver “Encuesta a feriantes” en el Anexo 3).

A partir de la información obtenida del relevamiento realizado de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, en el primer apartado se presenta una descripción acerca del desenvolvimiento cotidiano de la Feria, siguiendo la propuesta metodológica de los autores Maraschio y Castro (2016) en su investigación *“La Feria Franca de Luján, un emprendimiento de la Agricultura Familiar y la Economía Social y Solidaria”*, que se basa en una estrategia cuali-cuantitativa que combina fuentes secundarias y primarias con la finalidad de comprender la Feria como espacio de comercialización, interacción social, encuentro y socialización. Seguidamente se presenta una caracterización de este espacio ferial teniendo en cuenta el planteo de Busso (2010b) sobre las múltiples dimensiones que la constituyen y que son necesarias analizar para obtener una descripción más acabada, superando los aspectos estrictamente económicos y laborales.

Finalmente, en el último apartado se estudian las particularidades de las actividades que los feriantes realizan en ese espacio ferial, a partir de la indagación de sus comportamientos y estrategias de reproducción social y económica. El análisis se concluye con la profundización de los factores de diferenciación de los productores y feriantes, a partir de los cuales se identifican sus “trayectorias” basadas en sus comportamientos socio-laborales y de sus familias.

3.3.1 Espacio ferial: La feria como espacio de trabajo.

La “Feria Regional Barrio Bonacina” cuenta con más de 10 años de experiencia y se encuentra ubicada desde sus inicios en la vía pública (sobre la calle 5 y ocupando más tarde también la calle 8 del Barrio Bonacina de Pedro Luro) siendo esto de carácter provisorio hasta tanto la Municipalidad traslade la misma a un predio cercado y acondicionado a tal fin. La infraestructura es precaria, con puestos desmontables ubicados a la intemperie sobre estas calles de tierra. Esto implica que los feriantes tengan que comenzar con el armado de los puestos una hora antes del inicio de la Feria. Muchos de ellos utilizan los vehículos para exponer sus productos en lugar de un puesto. Así lo demuestra el testimonio de una de las feriantes:

“La estructura para el puesto la tenés que llevar vos. Es a elección si vos llevas o no llevas. Por ejemplo, en verano es medio esencial llevarlo porque por ahí hace mucho calor. Algunos tienen su puesto (...) o algunos tienen tipo una sombrilla armada, hasta con un fierro al medio, una cruz arriba y tiras una lona o algo. Es opcional de cada uno. Lo maneja uno” (Feriante y Productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

Fotografías 12 y 13: Puestos ubicados en la calle 5 de la Feria



Fuente: Elaboración propia, enero
2020

Actualmente, según un relevamiento realizado por la Municipalidad de Villarino la Feria tiene entre 120 y 160 puestos por fin de semana para fomento de actividades artesanales, comerciales y productivas. Sin embargo, uno de los miembros de la “Comisión de Feriantes” comenta que hay entre 160 y 200 puestos de feriantes, de los cuales 160 asisten de forma fija todos los domingos y el resto de manera fluctuante dependiendo de la época del año. Durante los meses que abarca la cosecha de la cebolla, desde fines de diciembre hasta mayo, los puestos ascienden a 200 por domingo. Estos últimos puesteros si bien no forman parte de la Feria permanentemente, durante la temporada de cebolla instalan sus puestos (en muchas oportunidades sin permiso de la Comisión Directiva) y ofrecen distintos tipos de productos.

*“Se vende mucho en temporada, desde enero/febrero hasta junio/julio”
(Feriante y vendedor de indumentaria nueva, Encuestado 77,
13/10/2019).*

La Feria si bien está reglamentada a través de una Ordenanza Municipal, no cuenta con organizaciones de apoyo como la mayoría de las ferias de nuestro país. Según cuentan los entrevistados no fue fácil el comienzo de la Feria dado que la iniciativa no fue promovida ni apoyada, ni por las autoridades municipales ni por ninguna organización o institución de la localidad. En este sentido, la organización de la Feria se ha sostenido por la necesidad y la idiosincrasia de los primeros feriantes, en un principio y de aquellos que se fueron agregando a lo largo de los años hasta la actualidad.

*“Nos gusta, es nuestras raíces” (Feriante y vendedora polirubro,
Encuestado 110, 13/10/2019).*

La “Feria Regional Barrio Bonacina” cuenta con una “Comisión Directiva”, órgano organizativo de la misma, que fue conformada por primera vez junto con la Ordenanza Municipal N° 2746 en el año 2014, bajo el nombre “Comisión de Feriantes”. Esta Comisión se reúne una vez por mes en las distintas casas de los miembros que la integran para tomar las decisiones concernientes a la organización y funcionamiento de la Feria. Asimismo, se renueva anualmente desde el año 2017 por Asamblea. Entre las principales tareas que tiene a cargo la Comisión se encuentra el aprovisionamiento

de las instalaciones sanitarias (baños químicos), el riego de las calles 5 y 8 durante las jornadas feriales (debido a que son de tierra) y la contratación de la seguridad privada.

Actualmente, la Comisión cobra 100 (cien) pesos por puesto por jornada ferial, es decir, por domingo. Además, cada feriante tiene su número y una ficha de pago mensual donde se debe abonar en caso de ausencia. Respecto a este tema, una de las feriantes comenta:

“Al principio nadie cobraba, nadie nada. Y después, por ejemplo, cómo te digo se formó como una comisión de las personas que habían empezado. Entonces, ahí empezaron a cobrar por domingo, porque ya era bastante, de pasar a ser una cuadra eran 2 o 3 cuadras. Ahora somos como 5 en total, 5 cuadras de los dos lados. Pero bueno desde ahí empezó la comisión, y después que hubo una comisión más gente quiso participar (...) Los de la comisión pasan y ven que si vos no estás inscripto o algo te dicen, porque en realidad no pueden estar. Ahora se organizó. Antes si cualquiera iba y vendía, no había ningún problema. Pero bueno ahora como que está más organizado. Te dicen. Pero bueno hay mucha gente que no te hace caso” (Feriante-productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

De acuerdo a los testimonios de los entrevistados, a la Feria concurren aproximadamente 2000 personas por fin de semana. Quizás en invierno, asisten menos que es cuando hay menor diversidad de verduras y menos trabajadores golondrinas, principalmente de origen boliviano, atraídos por el cultivo de la cebolla. Por el contrario, durante los meses que dura la cosecha del cultivo de la cebolla es cuando más consumidores se pueden encontrar visitando la Feria, ya sea realizando sus compras o simplemente dando un paseo. Esto se debe a la presencia de los trabajadores temporarios o golondrinas que llegan al pueblo motivados por la cosecha de la cebolla. También concurren feriantes de otros lugares, como por ejemplo Viedma, Bahía Blanca y de los pueblos aledaños: Mayor Buratovich, Hilario Ascasubi y Juan A. Pradere.

Respecto al día de la semana en que se realiza la Feria, se vislumbraron dos cuestiones. Por un lado, se observó que los trabajadores agrícolas no trabajan los domingos en el campo, teniendo el día libre para hacer compras y para dar un paseo por la Feria. Y por el otro lado, todas las labores que se realizan en el campo respecto a la cebolla se cobran por día o por semana, siendo el sábado o domingo el día de pago. Por lo tanto, los días domingos estos trabajadores cuentan con el dinero necesario para sus compras, y muchos se encuentran cobrando sobre la misma calle que funciona la Feria.

“Eligieron un domingo a la mañana porque el justificativo es que, los domingos a la mañana o ya se cobró el sábado a la noche, o el sábado a la tarde, que en general hay mucho consumidor de esa feria que trabajan, hacen changas en el campo, trabajan durante toda la semana, y cobran el sábado a la tarde o noche o el domingo a la mañana. Por eso fue que se pensó en el domingo a la mañana. Porque es el momento en que o cobraron o están cobrando o acaban de cobrar y bueno, pueden consumir y gastar en la feria” (Técnico INTA, Entrevistado 1, 24/09/2019).

“Domingo nadie trabaja y cobran, por eso la feria” (Feriante y vendedora de bijouterie, Encuestado 8, 29/09/2019).

Por otra parte, del análisis del espacio ferial realizado se evidenció que la “Feria Regional Barrio Bonacina”, si bien surgió como resistencia y búsqueda de alternativas por parte de un grupo de pequeños productores hortícolas de origen boliviano para asegurar su reproducción social y la de sus familias, luego se fueron agregando otros vendedores de distintos rubros llegando al día de hoy a ser mayoría. Así lo demuestra el relevamiento realizado, donde de los 180 puestos registrados solo el 30,6% del total de feriantes ofrecen frutas y verduras (ver Cuadro 5). El resto de los feriantes se dedican principalmente a la comercialización de productos y/o artículos de reventa.

Cuadro 5: Clasificación de los puestos de la “Feria Barrio Bonacina”

RUBROS		Puestos (%)
RUBROS AUTORIZADOS (Ordenanza Municipal N° 2746/14)	Alimentos Frescos (Frutas y verduras)	30,6%
	Artículos textiles nuevos y usados	20,6%
	Alimentos elaborados en el momento	10,6%
	Productos de almacén	7,2%
	Productos de bazar-regalería	3,9%
	Artículos de electrónica	0,6%
	Productos artesanales no alimenticios	0,6%
	Artículos usados varios	1,1%
Productos/artículos de reventa de más de un rubro autorizado (complementación de rubros)		21,1%
OTROS	Flores y plantas (Vivero)	1,7%
	Peluquería, ferretería, quiosco	2,2%

Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento realizado, 2020.

En el cuadro 5 se muestran los principales puestos de productos de la Feria agrupados por rubros. Esta clasificación se realizó teniendo en cuenta los rubros autorizados a feriar en la Ordenanza Municipal N° 2746/2014. Se observó que, además de aquellos feriantes que venden frutas y verduras, un 10,6% del total de los puestos encuestados venden alimentos elaborados en el momento. Esto incluye comidas, panificados y bebidas artesanales y solo el 0,6% productos artesanales no alimenticios, como artículos en madera o hierro.

En cuanto al resto de los feriantes, se dedican a la reventa de productos y/o artículos, siendo los artículos textiles nuevos y usados el rubro más ofrecido alcanzando un 20,6% de puestos. Luego siguen los productos de almacén (incluye alimentos no perecederos, productos de limpieza y aseo personal) con un 7,2%, productos de bazar y regalería con un 3,9% (incluye juguetería, marroquinería y bijouterie) y flores y plantas con un 1,7%. Estos últimos puestos si bien no están incluidos en la Ordenanza Municipal se pueden encontrar durante el recorrido por la Feria. Lo mismo ocurre con un puesto que brinda el servicio de peluquería, un quiosco y otros que venden artículos de ferretería (2,2%). Por último, se encontraron artículos de electrónica y (0,6%) artículos usados varios (1,1%) pero siendo minoría.

Fotografía 14: Feriante y vendedor de calzado nuevo y usado

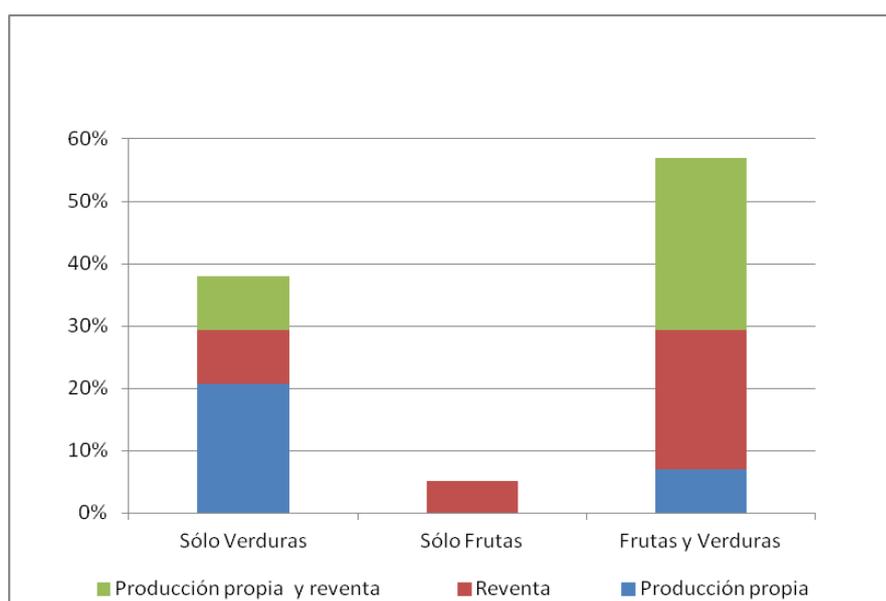


Fuente: Elaboración propia, enero 2020

Del relevamiento realizado, es importante destacar que, se trata de una Feria donde prevalece la reventa de todo tipo de productos, inclusive de frutas y verduras (ver Gráfico 1). Asimismo, el 21,1% de los feriantes encuestados se dedican a la

reventa de artículos y productos de varios rubros a la vez, existiendo complementación de rubros dentro de los puestos. De hecho, el 84% de estos feriantes venden principalmente artículos textiles nuevos y usados complementando con otros artículos de otros rubros, como por ejemplo, condimentos y especias típicas de Bolivia, regalería, bazar o productos de almacén. Por ello, durante el recorrido por la Feria es notoria la cantidad de puestos de ropa nueva y usada que se pueden encontrar.

Gráfico 1: Feriantes de frutas y verduras de la “Feria Regional Barrio Bonacina”



Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

También se observó que los feriantes que se dedican a la reventa de productos, cambian de rubro o de artículo según la estación del año de acuerdo a lo que necesitan y demandan los consumidores. Por ejemplo, durante las fiestas se puede observar la presencia de más puestos con juguetes y/o regalería. También en época de cosecha de cebolla hay más puestos que venden comidas elaboradas en el momento o ropa usada destinada a los trabajadores temporarios.

Respecto a los feriantes que venden frutas y verduras, como se mencionó anteriormente, sólo el 30,6% de los puestos relevados se dedican a este rubro. A su vez, se evidenciaron tres estrategias de producción y comercialización por parte de estos feriantes: 1) producción propia, 2) producción propia y reventa y 3) reventa. Asimismo, no todos ellos ofrecen verduras y frutas, algunos sólo venden verduras y otros sólo frutas.

De este modo, el Gráfico 1 muestra que la mayoría de ellos ofrecen ambos alimentos frescos en sus puestos (57%), otros sólo verduras (38%) y el resto sólo frutas (5%). Asimismo, de estos feriantes encuestados sólo el 28% de ellos son productores hortícolas o fruti-hortícolas, el resto son revendedores de ambos productos frescos (36,2%) o pequeños productores que producen pero también revenden estos alimentos en distintos momentos del año (36,2%).

Fotografía 15: Feriante y productor hortícola



Fuente: Elaboración propia, enero 2020

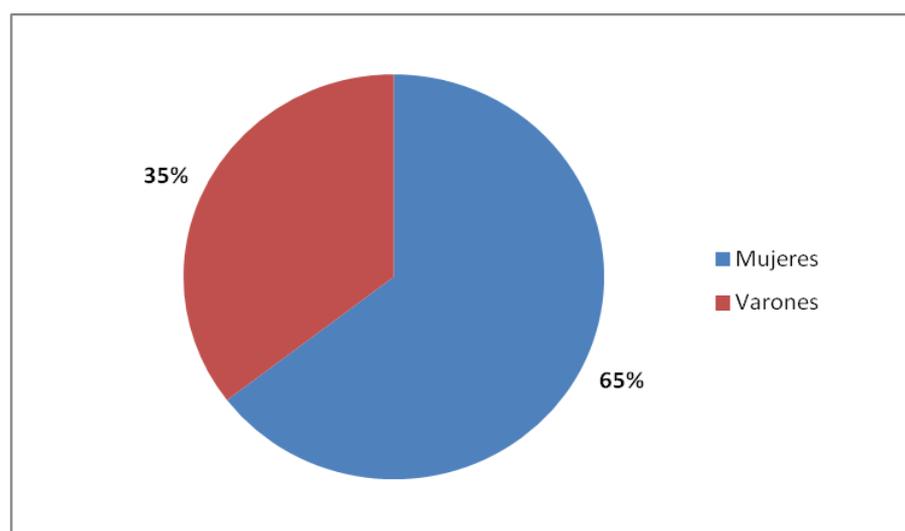
En cuanto a las pequeñas chacras donde realizan sus producciones, la mayoría son arrendadas y se encuentran ubicadas muy cerca de Pedro Luro. Lo que implica recorrer pocos kilómetros de distancia para llegar de la chacra al puesto de la Feria. Asimismo, el trabajo es principalmente de tipo familiar, observándose en muy pocos casos la contratación de mano de obra para realizar algún tipo de tarea específica en la chacra, como por ejemplo, desyugar o cosechar.

Entre los feriantes encuestados se observó que la mayoría son mujeres alcanzando el 65% del total (ver Gráfico 2). Este dato muestra el rol de la mujer que adquirió una relevancia central en la “Feria Regional Barrio Bonacina” dado que el trabajo de comercialización en este espacio ferial fue asumido principalmente por ellas. De este modo, la Feria brinda el espacio para la inserción de mujeres en el ámbito laboral, en el marco de una posible estrategia de complementación de ingresos familiares. Según Benencia (2012: 173), la incorporación estratégica de la mujer boliviana tanto en las actividades de venta como de compra es “*claramente atribuible a*

la incorporación de la mujer boliviana, tradicionalmente reconocida como muy buena comerciante”. Cabe señalar, que varias de las feriantes encuestadas manifestaron estar trabajando en la Feria dado que padecían problemas de salud que las imposibilitaban para realizar trabajos en el campo o en los galpones de empaque de cebolla. Mientras que otras expresaron su necesidad de trabajar como una estrategia de complementación de ingresos familiares.

“Hay muchas mujeres que venden, hay muchos puestos que son sólo mujeres, es como un rol muy importante porque hay muchas mujeres que también van solas (...) te diría que hay bastantes porque como hay puestos de comida, hay gente que vende ropa usada. Entonces hay muchas, bastantes mujeres. Te diría que más mujeres que hombres, me parece (...) Hay tres puestos que tenemos seguidos al lado mío que son las mujeres las que manejan el puesto” (Feriante y productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

Gráfico 2: Género de los feriantes

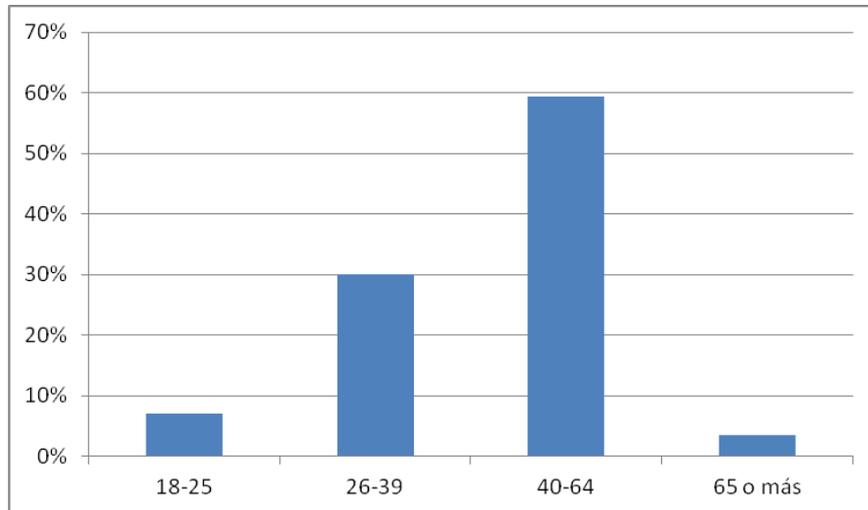


Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

En cuanto a las edades de los feriantes, se observó que el 59% correspondía al rango etario entre 40 y 64 años, seguidos del de jóvenes de 26 a 39 años (ver Gráfico 3). Sin embargo, se evidenció un marcado predominio de adultos mayores a 40 años que en conjunto alcanzan el 63%. Este dato refleja nuevamente la posibilidad para la complementación de ingresos familiares o también una estrategia de inserción laboral de mujeres mayores de 40 años, que aliviadas de la crianza de sus hijos y de las

actividades en el campo, pueden dedicarse a la comercialización. En otros casos, se observó también la Feria como un espacio de reproducción social.

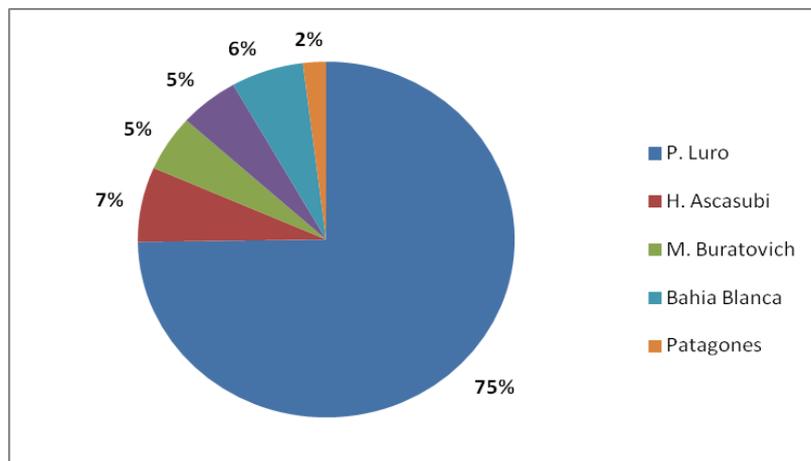
Gráfico 3: Edad de los feriantes



Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

Respecto al lugar de residencia de los feriantes, no todos pertenecen al Partido de Villarino y Patagones, también se encontraron puestos que provenían de la ciudad de Bahía Blanca (ver Gráfico 4). La mayor cantidad de feriantes residen en la localidad de Pedro Luro alcanzado el 75% del total. Luego, el 7% en Hilario Ascasubi, el 5% en Mayor Buratovich, y otro 5% en Juan A. Pradere. En cuanto a los feriantes de Bahía Blanca ascienden a un 6% del total, y el resto provienen de Carmen de Patagones (2%).

Gráfico 4: Lugar de residencia de los feriantes

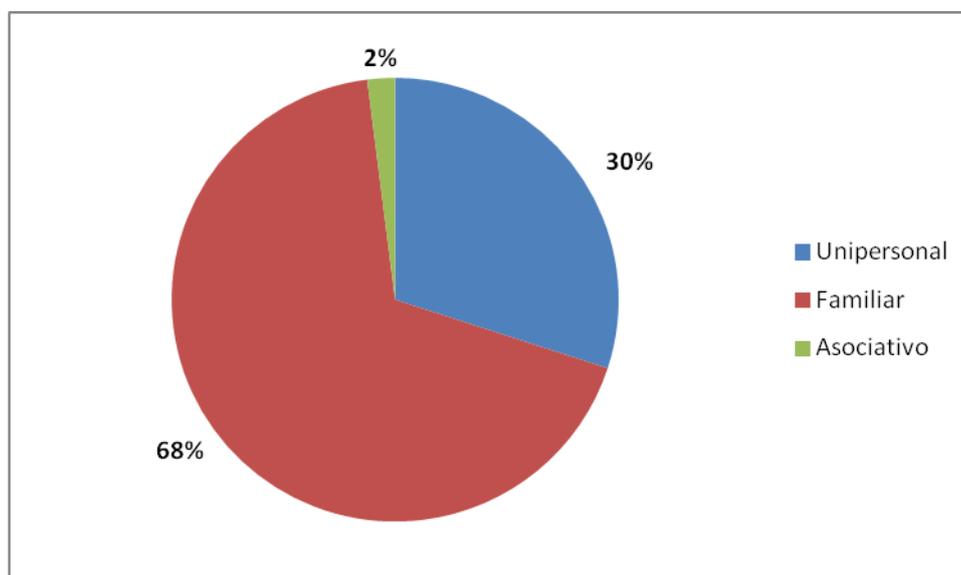


Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

Por otro lado, del relevamiento de puestos realizado, se observó que el 68% de los puestos son familiares (ver Gráfico 5), es decir, que es la familia quién participa en las tareas que involucra a la Feria, como preparar la mercadería en el hogar y clasificarla, armar y desarmar el puesto, atender los clientes, etc. De esta forma, el grupo familiar es partícipe de la “*vida feriante*”, desde los más chicos hasta los mayores convirtiéndose en una verdadera actividad familiar (Busso, 2010b). A su vez, se observó que el 31% de estos puestos relevados, están integrados por matrimonios o parejas, sin la presencia de hijos en los puestos. El hombre manifiesta que se encarga de armar y desarmar el puesto y la mujer de la atención al público. En algunos casos, el hombre relata que trabaja en el campo realizando changas durante la semana y acompaña a la mujer a la Feria los días domingos.

Respecto al 30% de los puestos relevados, están constituidos por una sola persona quién tiene a su cargo todas las actividades referentes a la Feria. Por último, el 2% restante de los puestos está integrado por un feriante (responsable del puesto) que trabaja asociado a otra persona.

Gráfico 5: Composición de los puestos de los feriantes

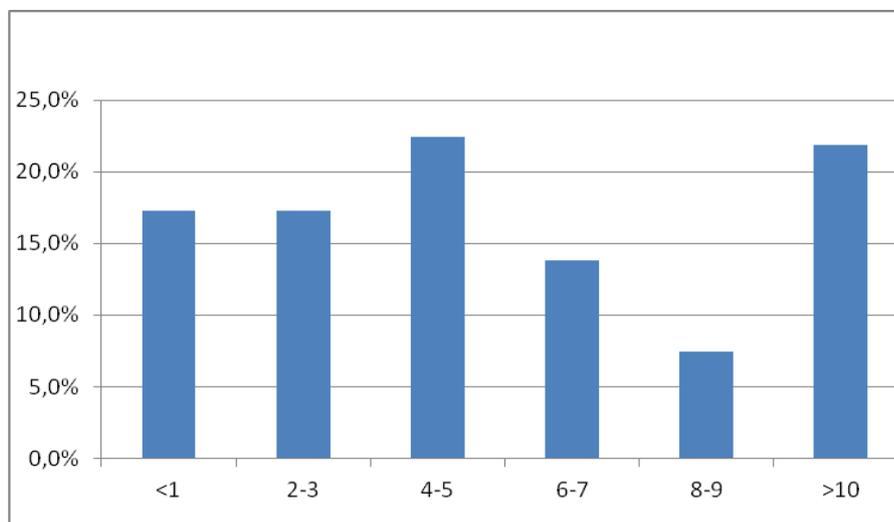


Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

Respecto a la antigüedad de los feriantes, se observó que predominan aquellos que permanecen hace 4 o 5 años en el espacio ferial con el 23% del total (ver Gráfico 6). Siguen aquellos feriantes que integran la Feria desde sus inicios en el año 2009, siendo considerados los “fundadores” de la misma con el 22% del total. Luego el 17% ingresó hace menos de un año, en igual proporción que aquellos que poseían entre 2

y 3 años de antigüedad. Mientras que el 14% restante tenían entre 6 y 7 años de permanencia en la Feria, y el 7% entre 8 y 9 años.

Gráfico 6: Antigüedad de los feriantes



Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

Por último, se indagó sobre los precios de los distintos productos que ofrecen los feriantes. De los distintos testimonios, se concluyó que no son definidos colectivamente en el marco de la Feria sino que cada uno fija sus propios precios. Cada feriante vende a un precio establecido a su criterio, sin ponerse de acuerdo entre productores o vendedores de los mismos productos, o con los miembros de la “Comisión de Feriantes”. Tampoco existen acuerdos por parte de los feriantes para evitar la repetición de los productos que ofrece cada uno, es decir, mantener una oferta diversificada y no generar competencia entre ellos. Así lo demostraron los testimonios de los feriantes encuestados:

“Es de cada uno. Y en realidad la verdura, la fruta se maneja por la demanda que tiene, entendes. Capaz que hoy está faltando una verdura y suben los precios; pero capaz que si hay mucho de ese artículo, está re barata. Acá en el mercado pasa exactamente lo mismo (...) Claro, por lo general se maneja, y por ahí siempre hay un comentario. Capaz que vos llegaste y tenés un artículo y te dicen "hoy está faltando esto", viste. Pero es así, si. Entre los puesteros por ahí también nos decimos los precios más o menos cuanto está. Pero más o menos algunos precios son, dentro de todo, más o menos fijos. Por ahí una semana suben, otras semanas bajan” (Feriante y productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

“Hay mucha competencia de precios. No hay quién regule el precio” (Feriante y productor hortícola, Encuestado 151, 12/01/2020).

“Siempre debe haber un acuerdo. Por ahí vendes más barato y se enojan” (Feriante y productora hortícola, Encuestado 98, 13/10/2019).

“El precio lo fija el mercado. Si es mala, vendes más barato. Si es buena, lo podés pelear, defender. Pero no existe acuerdo de precios, mucha competencia” (Feriante y productora hortícola, Encuestado 156, 26/01/2020).

“Venden todos sin control. No hay control, no hay nada. Muchos vienen de afuera” (Feriante y vendedora polirubro, Encuestado 1, 29/09/2019).

3.3.2 Caracterización de la “Feria Regional Barrio Bonacina”

Para continuar con el estudio de la “Feria Regional Barrio Bonacina” en cuanto a las dimensiones que la constituyen y siguiendo a la socióloga Mariana Busso (2010b), se presenta el Cuadro 6 que sistematiza el análisis de los resultados de la investigación realizada en el trabajo de campo y las entrevistas a sus referentes y principales actores. Asimismo, permite caracterizar y comprender el espacio ferial como espacio de trabajo, con todas sus particularidades y conflictos, teniendo en cuenta que, es en este espacio donde los feriantes se reúnen todos los domingos para realizar intercambios, no sólo económicos sino también-socio culturales, y estructuran sus estrategias de reproducción social y económica.

La autora, en su artículo *“Las ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización. Aportes para su estudio”*, presenta una perspectiva analítica que permite estudiar el trabajo en espacios públicos, particularmente en ferias comerciales, a través de seis dimensiones que a su entender son indispensables para la comprensión de la realidad de las distintas ferias urbanas. Las dimensiones a las que se refiere son las siguientes: físico-estructurales, sociodemográficas, legales/institucionales, comerciales, políticas e ideológico-culturales. Estas dimensiones permiten considerar a las ferias como espacios universales e históricos de intercambios, pero no sólo de mercancías sino también de historias, vivencias, códigos, costumbres e informaciones. Según Busso (2010b: 107) *“las ferias son entonces un espacio de intercambios económicos y socio-culturales, donde se superponen sus características de institución social, forma económica y entidad*

cultural". De este modo, estas dimensiones incluyen tanto aspectos materiales como simbólicos de las ferias, siendo interesantes de rescatar para el análisis del caso de la "Feria Regional Barrio Bonacina". Es importante mencionar que estas dimensiones si bien se analizan de forma individual, se encuentran estrechamente interrelacionadas entre sí (Maraschio y Castro, 2016).

Cuadro 6: La dimensiones de la "Feria Regional Barrio Bonacina"

Dimensiones		Características de la "Feria Regional Barrio Bonacina"
Dimensión Físico-Estructural	<i>Emplazamiento urbano</i>	Barrio Bonacina de la localidad de Pedro Luro.
	<i>Emplazamiento físico</i>	Sobre la vía pública, en la Calle 5 (entre las calles Circunvalación y 8), y Calle 8 (entre las calles 3 y 7).
	<i>Tamaño de la feria (cantidad de puestos)</i>	Entre 160 y 180 puestos cada jornada ferial, alcanzando los 200 puestos en temporada (época de cosecha de cebolla).
	<i>Frecuencia</i>	Semanal, días domingos.
	<i>Horarios de funcionamiento</i>	De 7 a 14 hs. en verano y de 9 a 16 hs. en invierno.
	<i>Tipo de puestos (Fijos, semi-fijos, ambulantes)</i>	Puestos ambulantes, de tres metros de largo por tres metros de ancho.
	<i>Área de incidencia (Barrial, local o regional)</i>	Regional.
Dimensión Socio-demográfica	<i>Género de los feriantes</i>	✓ Mujeres: 65% ✓ Varones: 35%
	<i>Edades de los feriantes</i>	✓ Entre 18 y 25 años: 7% ✓ Entre 26 y 39 años: 30% ✓ Entre 40 y 64 años: 59% ✓ Más de 65 años: 4%
	<i>Nacionalidad de los feriantes</i>	El 86% de los feriantes son de nacionalidad boliviana.
	<i>Procedencia (residencia de</i>	✓ Pedro Luro: 75%

	<i>los feriantes)</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ H. Ascasubi: 7 % ✓ Bahía Blanca: 6% ✓ M. Buratovich: 5% ✓ Pradere: 5% ✓ Patagones: 2%
<i>Dimensión Legal- Institucional</i>	<i>Permiso o autorización oficial para el emplazamiento de la feria</i>	Ordenanza Municipal N° 2746/2014 (ver Anexo)
	<i>Legalidad del espacio ferial (Obligaciones legales respecto a la actividad comercial y los productos comercializados)</i>	De acuerdo a la Ordenanza Municipal N° 2746/2014, serán considerados vendedores feriantes aquellos se inscriban en el “Registro de Feriantes” para obtener sus credenciales identificatorias (de uso obligatorio en las jornadas feriales). Para ello deben acreditar: 1) mayoría de edad; 2) domicilio y residencia efectiva en las localidades del Distrito de Villarino o en las localidades del distrito de Carmen de Patagones que integran el VBRC, junto con una antigüedad mínima de dos años; 3) Libreta sanitaria en rubros requeridos por la Dirección de Inspección General, Habilitaciones y Tránsito de la Municipalidad de Villarino; 4) Inscripción en AFIP (monotributo, monotributo social, monotributo agropecuario, responsable inscripto; 5) Inscripción en ARBA (Ingresos brutos); 6) Pago de derecho a Feria según Ordenanza fiscal e impositiva vigente. Actualmente, es de \$ 100 por puesto (cien pesos), ascendiendo a \$ 200 (doscientos pesos) para los puestos que ocupan las esquinas de las cuadras, 7)

		<p>Formulario de Inscripción completo.</p> <p>La autorización a feriar es de carácter intransferible y tiene una duración de un año, siendo renovable sucesivamente por el mismo período. En cuanto a la pérdida de autorización de feriar en el puesto oportunamente otorgado, será para aquellos feriantes que falten sin previo aviso y/o justificación durante 4 (cuatro) jornadas feriales consecutivas. Salvo en caso de enfermedad grave o incapacidad física total y/o permanente, o impedimento de cualquier otra naturaleza fehacientemente acreditado.</p> <p>Por otro lado, la feria debe contar también con baños químicos y seguridad.</p> <p>Los rubros autorizados a feriar son los siguientes: alimentos frescos (Hortalizas, frutas y verduras), alimentos elaborados (Conservas), alimentos elaborados en el momento, productos artesanales no alimenticios, artículos textiles nuevos y usados, productos de bazar-regalería, productos de almacén, artículos de electrónica y artículos usados varios. Durante las jornadas feriales uno puede encontrarse con todos estos productos, además de las comidas típicas del altiplano de nuestro país, como las conocidas</p>
--	--	--

		<p>“empanadas salteñas”. La Dirección de Inspección General y Tránsito de la Municipalidad de Villarino establece para cada rubro las condiciones que deben cumplir en función de la Ordenanza de Habilitaciones Comerciales y/o Código Alimentario Argentino.</p> <p>Los feriantes deben acreditar la procedencia de la mercadería a comercializar mediante los comprobantes correspondientes.</p> <p>Los comercios habilitados que se encuentran en las cuadras donde funciona la Feria pueden participar de la misma, teniendo el derecho a exhibir sus productos o artículos según su habilitación comercial. Asimismo, se les resguarda sus frentes u ochavas para la libre circulación.</p> <p><i>“Nosotros todos los domingos pagamos nuestra cuota, tenemos el negocio habilitado, pero pagamos nuestra cuota como cualquier puestero que viene” (Comerciante ubicado en la calle 5, Entrevistado 12, 15/03/2020).</i></p>
<p>Dimensión Comercial</p>	<p><i>Origen de los productos</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mercadería producida por los propios feriantes, como verduras, frutas, artesanías y comidas elaboradas en el momento. ✓ Reventa de productos y artículos de distintos rubros.

	<i>Tipo de relaciones laborales</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Familiares: 68% ✓ Unipersonales: 30% ✓ Asociativos: 2%
	<i>Tipo de actividades</i>	<p>Se observan tanto actividades de subsistencia como de acumulación.</p> <p>(*) <i>Este aspecto es explicado en el apartado 3.3.3</i></p>
	<i>Tipo de productos</i>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Alimentos frescos (hortalizas, frutas y verduras): 30,6% ✓ Alimentos elaborados en el momento: 10,6% ✓ Productos artesanales no alimenticios: 0,6% ✓ Artículos textiles nuevos y usados: 20,6% ✓ Productos de bazar-regalería: 3,9% ✓ Productos de almacén: 7,2% ✓ Artículos de electrónica: 0,6% ✓ Artículos usados varios: 1,1% ✓ Plantas: 1,7% ✓ Otros: 2,2% ✓ Prod. reventa (más de un rubro): 21,1%
	<i>Tipo de mercado</i>	<p>Los productos alimenticios (frescos y elaborados en el momento) y de almacén se dirigen a un mercado regular mientras que el resto de los productos corresponden a un mercado aleatorio y esporádico.</p> <p>En el caso de los artículos textiles, se observa la venta de indumentaria usada de forma estacional para realizar los trabajos de temporada en el campo. Mientras que la venta de ropa nueva muestra un mercado</p>

		regular, principalmente lo destinado a niños y adolescentes.
Dimensión Política	<i>Conflictos presentes</i>	<p>✓ <u>Internos</u>: existen conflictos entre los feriantes por el uso del espacio que realizan y por la competencia comercial.</p> <p>✓ <u>Externos</u>: existen conflictos entre los feriantes y la municipalidad, entre los feriantes y los vecinos y con otros comerciantes de la localidad.</p> <p>(*) <i>Este aspecto es explicado en el apartado 3.3.4</i></p>
	<i>Actores en disputa</i>	<p>✓ Feriantes</p> <p>✓ Municipio</p> <p>✓ Vecinos</p> <p>✓ Otros comerciantes</p>
Dimensión Ideológica-cultural	<i>Códigos, rituales y pautas culturales intervinientes</i>	<p>Se observan tradiciones y costumbres de ferias y mercados heredadas de la comunidad boliviana. Como por ejemplo, la instalación de los puestos en la vía pública, la forma de exponer sus productos, un marcado y presente rol de la mujer en el aspecto comercial, la venta de comidas típicas del altiplano y condimentos o especias de cocina, la forma de trabajar la tierra en el caso de los pequeños productores, entre otros.</p> <p>Se observan procesos identitarios y de patrimonialización por parte de los feriantes integrantes de la colectividad boliviana. Según el testimonio de uno de ellos, <i>“Porque esto de la feria viene de allá del norte, lo que</i></p>

		<p>es más que todo del lugar de mi viejo de la comunidad de Bolivia, digamos. Viene de ahí eso. Allá vendes de todo” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 11, 24/09/2019).</p>
--	--	--

Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento y entrevistas realizadas, 2020

3.3.3 Los feriantes: particularidades de sus actividades.

Siguiendo a la autora Busso (2010b: 116), *“la feria en tanto ‘espacio-tiempo público’ impone pautas y normas construidas colectivamente. Es decir, este es el momento en el que el trabajo individual, privado e ‘independiente’, se transforma en trabajo social, público y en cierta forma dependiente del colectivo”*. Entre las principales actividades *“sociales”* y *“públicas”* que realizan los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina” se observaron las que a continuación se enumeran. La mayoría de ellas se desarrollan en el espacio ferial y otras extra-ferial, es decir, la casa, el campo o el negocio.

- 1) El intercambio comercial con clientes y con comerciantes o proveedores, es decir, la compra y venta de un producto;
- 2) La creación y producción de artesanías/mercancías;
- 3) Los preparativos de la mercadería en el hogar y en la Feria;
- 4) El armado y desarmado el puesto;
- 5) La carga y descarga de la mercadería en la Feria;
- 6) La búsqueda de nuevos clientes o proveedores;
- 7) Los contactos, intercambios con los clientes, socialización;
- 8) La realización de actividades productivas.

Como se mencionó anteriormente, en la “Feria Regional Barrio Bonacina” existen algunos feriantes que producen y/o elaboran todos los productos que venden, como los pequeños productores de hortalizas, aquellos que elaboran comida o artesanos en madera o metal. Mientras que, la mayoría se dedican a la reventa de indumentaria, productos de almacén o futas y verduras, entre otros. Asimismo, la producción de bienes y/o productos implica la ocupación del tiempo personal-familiar en tiempo de trabajo, ya sea en sus propios hogares, negocios o campos. Mientras

que, la reventa supone moverse constantemente para conseguir los mejores precios, es decir, la mejor relación precio/calidad.

Siguiendo la línea de trabajo de Busso (2010b), en cuanto al análisis de los ingresos y las inversiones que suponen este tipo de actividades comerciales en las ferias, se considera importante identificar en qué casos la actividad ferial genera ingresos económicos que permiten la acumulación de capital, y en qué otros posibilita simplemente la subsistencia de los feriantes y su grupo familiar. En ese sentido, la autora propone analizar si se trata de “actividades de *subsistencia*”, dado que les asegura la reproducción de sus actuales condiciones de vida y las de su familia; o “actividades de *acumulación*”, debido a que les permite la generación de un excedente plausible de ser invertido en su familia o trabajo.

En el caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, las actividades realizadas por los feriantes permitieron vislumbrar que si bien se tratan tanto de actividades de “*subsistencia*” como así también de “*acumulación*”, se evidenció un predominio de las primeras actividades mencionadas. Así lo demostró el relevamiento realizado, donde el 77% de los feriantes encuestados manifestó que el **motivo de ingreso** que los movilizó para emprender actividades comerciales en la Feria fue la “necesidad económica” originada en lograr la satisfacción de las necesidades tanto de ellos como de su familia (ver Gráfico 7). Es decir, que se observó que fue una motivación económica la que impulsó el ingreso a la Feria de la mayoría de los feriantes encuestados, a partir de alguna problemática que había impactado en el ingreso familiar.

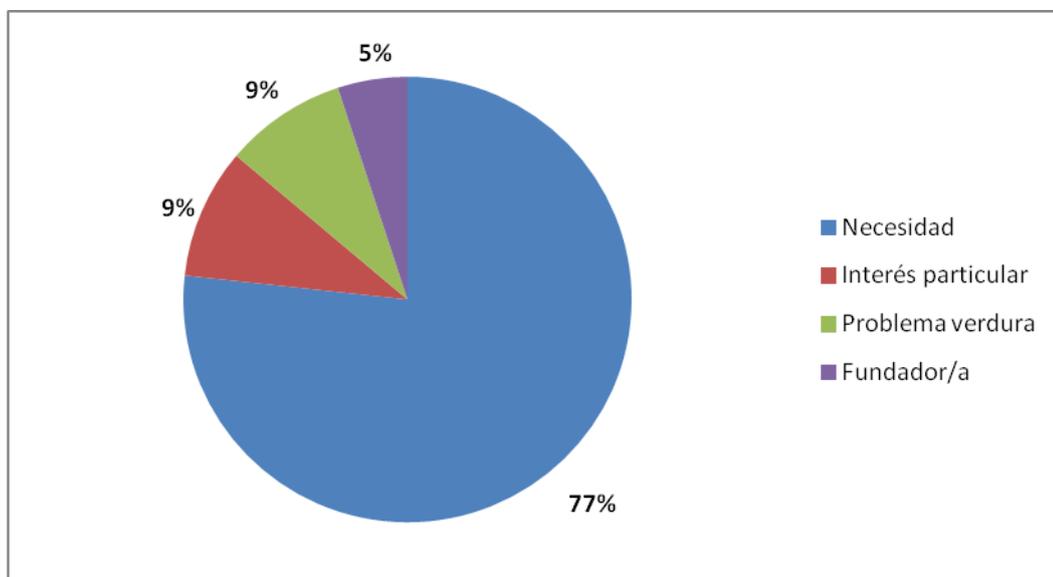
“Hoy saben que la feria es una salida más, muy importante porque (...) familias que hoy ahí llevan el pan o lo que necesiten para su casa, hacen unos pesos más. Obvio que algunos tienen su trabajo pero hoy en el día creo que no alcanza esa plata, no. Y bueno, se llevan un poco más de lo que por lo menos ayuda a hacer algunos gastos en la casa” (Miembro de la Comisión de Feriantes, Entrevistado 10, 24/09/2019).

Asimismo, entre los motivos de ingreso se obtuvieron diversas respuestas que se clasificaron en “necesidad”, interés particular”, “problema con las verduras” y “fundador/a”. Además de la necesidad económica, se observó también que un 9% de los productores-feriantes encuestados comenzó a comercializar en la Feria porque tenían excedentes de la producción de sus chacras y querían evitar que se les eche a perder en los campos. Esto está relacionado con aquellos productores hortícolas que comenzaron a producir no sólo para autoconsumo sino también para generar un

ingreso familiar adicional a partir de la comercialización de sus producciones. Esto demuestra, por un lado, el aumento de la importancia de las actividades mercantiles con respecto a la producción para el autoconsumo de estas unidades productivas; y por el otro la creciente mercantilización de sus economías que implica la incorporación de nuevas estrategias dada la necesidad creciente de dinero en efectivo para su subsistencia y de su familia (Cáceres, 1995).

Asimismo, un 9% del total de los feriantes encuestados expresaron tener un interés particular en la “Feria Regional Barrio Bonacina”. Como por ejemplo, aquellos que tenían un negocio ubicado sobre la misma calle de la Feria y comenzaron a ofrecer sus productos en distintos puestos instalados fuera del comercio, aquellos que buscaban hacerse conocidos, o aquellos que simplemente se sumaron por hobby (por entretenimiento). Son quienes valorizan la Feria como espacio de encuentro, de contención social y de socialización, donde compartir experiencias y saberes. El resto de los feriantes (5%) manifestaron ser fundadores de la Feria. Este último dato demuestra un interés y un compromiso por parte de estos feriantes con la acción colectiva lograda en la Feria.

Gráfico 7: Motivos de ingreso a la Feria



Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

En cuanto a la representación de la “Feria Regional Barrio Bonacina” en los ingresos de los feriantes, se observó que para el 81% de los encuestados la Feria no es su **único ingreso**, es decir, que es una vía de complementación de ingresos familiares (ver Gráfico 8). De hecho, el 72 % de los feriantes encuestados

manifestaron que trabajan en el campo en producciones hortícolas propias y/o haciendo trabajos temporarios (“changas”) vinculados al cultivo de la cebolla a lo largo del año en los campos lindantes (ver Gráfico 9). Esto es posible debido a que la Feria funciona únicamente los días domingos, que son los días que no se trabaja en el campo. Sin embargo, esto no implica que, en algunos casos, la Feria sea la mayor entrada de dinero de los feriantes y constituya un espacio fundamental para la generación de ingresos familiares permitiendo contar con efectivo durante todo el año (García Guerreiro, 2008).

“Pero ellos van todos los días a trabajar al campo. Van a trabajar por día. Todos, todos” (Comerciante ubicado en la calle 5, Entrevistado 12, 15/03/2020).

“Pero hay mucha gente que la mayor entrada es de la feria. Después, bueno en la semana capaz changuean, hacen algo pero la mayor entrada es la feria” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 11, 24/09,2019).

“Hoy la plata no alcanza porque si vos te ponés ahí, hacés unos trabajos más y tenés un ingreso más que te da la feria. Tenés un beneficio más” (Miembro de la comisión de feriantes, Entrevistado 10, 24/09,2019).

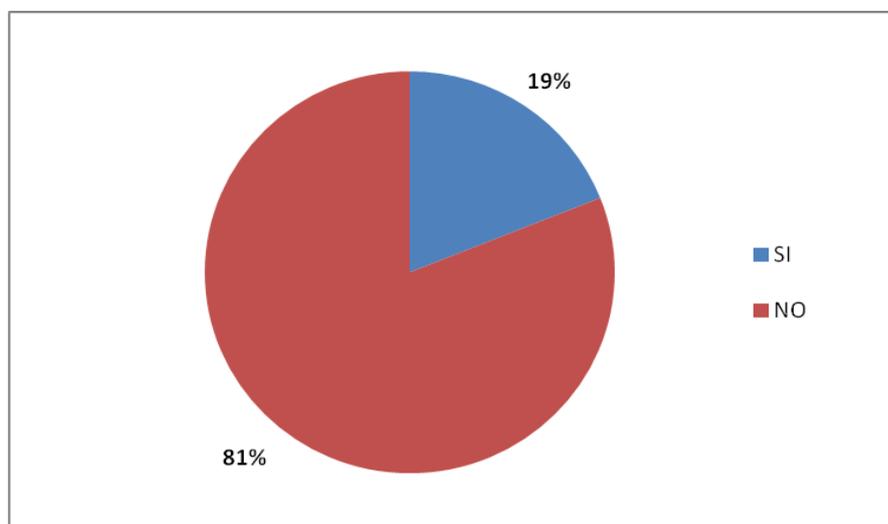
“Le sirve a todos esto. Es una ayuda esto. Es una posibilidad para salir uno. Es una ayuda, no es para hacer plata sino para salvar el puchero” (Feriante y productora hortícola, Encuestado 127, 12/01/2020).

Siguiendo a Cáceres (2003), esto permite evidenciar nuevamente la diversificación de actividades (prediales y extraprediales) que realizan estos pequeños productores al verse visto obligados a incursionar en una economía mucho más mercantilizada. En este contexto, las EIE (estrategias para la obtención de ingresos extraprediales) cobran una creciente importancia, surgiendo entonces la “pluriactividad” entre los feriantes que consiste en desarrollar un conjunto de estrategias donde la actividad productiva agropecuaria tradicional se complementa, de modo significativo, con la actividad ferial.

No obstante, el 19% de los feriantes obtiene su único ingreso a partir de lo comercializado en la Feria. De este modo, el emprendimiento que poseen les provee el ingreso principal para ellos y sus familias, siendo la Feria un espacio para su reproducción social. En este caso, la Feria asume la condición de exclusividad de la

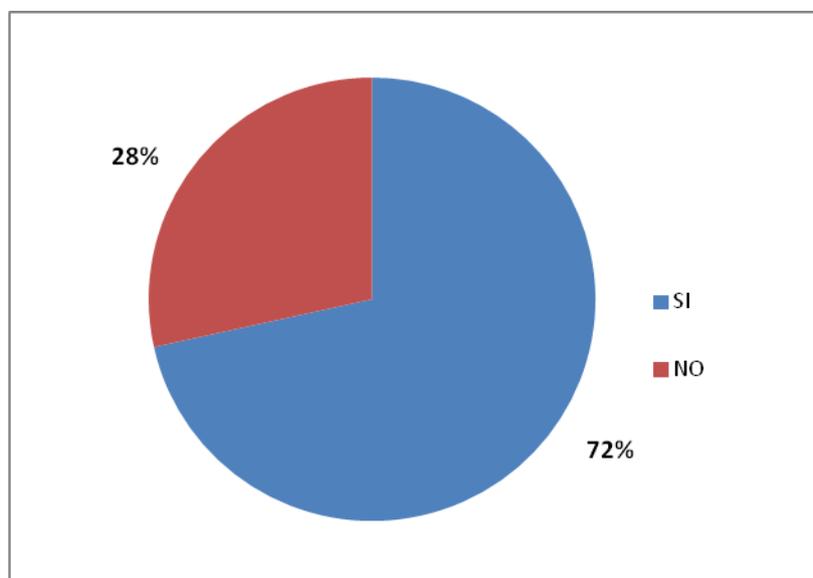
actividad para los feriantes, debido a que no realizan otra actividad económica que signifique un ingreso.

Gráfico 8: La Feria: ¿único ingreso?



Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

Gráfico 9: Feriante: ¿Trabaja en el campo?



Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

Respecto a las actividades de *subsistencia*, se evidenciaron también en las compras que realizan los propios feriantes entre sí con el dinero obtenido de las

ventas durante las jornadas feriales. Los feriantes encuestados manifestaron que aprovechan la accesibilidad de los precios y la comodidad de comprar en el espacio compartido, e incluso en algunas oportunidades la facilidad de poder hacer trueque entre sus productos. Así lo confirma uno de los testimonios de los entrevistados.

“Es una ayuda más. Mi mamá, por ejemplo, capaz que con eso compra mercadería. Porque como también venden mercadería en la feria, mi mamá con eso los domingos te compra todo: arroz, fideos, azúcar. Como hay gente que también trae de Buenos Aires, trae directo, hay otros precios. Pero sí, es un ingreso más. Es un ingreso importante también. Porque mi mamá siempre compra comida mayormente, lo que es no perecedero lo compra así, siempre” (Feriante y productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

En relación a las actividades de *acumulación*, muchos de los feriantes encuestados expresaron que el ingreso obtenido de la Feria les permite que sus hijos estudien en distintos niveles educativos (incluso terciarios y universitarios) o la apertura de algún negocio en su casa (externo a la Feria) para generar una ganancia adicional. En este sentido, Benencia (2005b: 17) sostiene que *“para el boliviano, el estudio tiene un lugar preferencial en su estrategia de vida. En la actualidad, encontramos a muchos hijos de migrantes bolivianos asentados en áreas hortícolas cursando carreras universitarias”*.

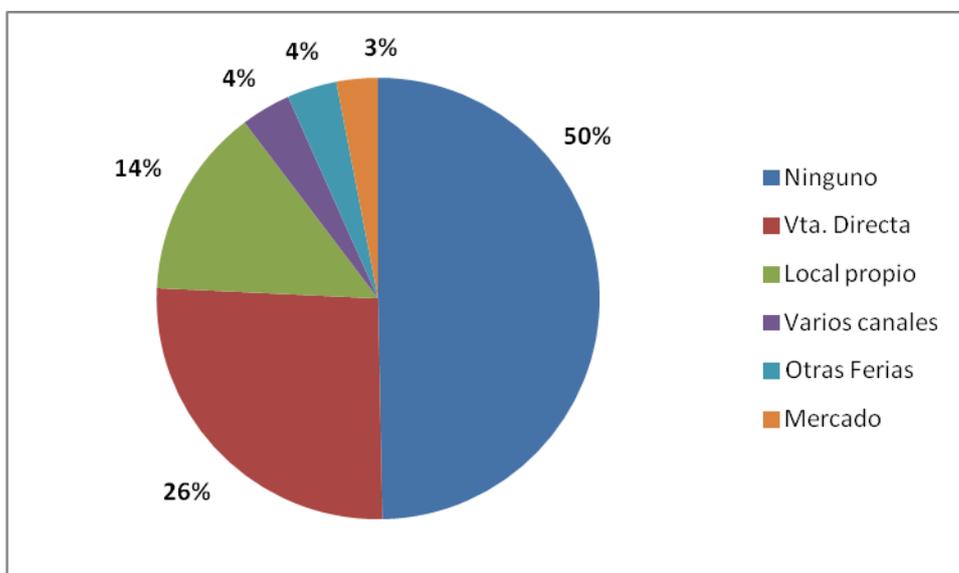
Por último, se analizaron también los canales de comercialización que utilizan los feriantes para vender sus productos. Se destacó que el 50% de los feriantes no utilizan ningún canal de comercialización, es decir, que sólo venden en la Feria (ver Gráfico 10). El resto de los feriantes expresaron que venden sus producciones por distintos canales de comercialización, principalmente a través de la venta directa (26%) ya sea en sus propios domicilios (campos o casas) o repartiendo en el domicilio de sus clientes (incluye verdulerías en el caso de productores hortícolas). Esta modalidad de venta, en el caso de la venta de indumentaria, es impulsada muchas veces por las redes sociales, mediante facebook, principalmente.

A su vez, muchos de los feriantes encuestados tienen local propio (14%), además de aquellos que tienen el local sobre las calles donde funciona la Feria. Otros feriantes participan de otras ferias (4%) y solo un porcentaje muy pequeño de los productores hortícolas venden directamente en los mercados concentradores de Bahía Blanca (3%).

Por último, se observó que un 4% de los feriantes encuestados manifestaron utilizar más de un canal de comercialización. En este caso, se trató de los productores

hortícolas que además de vender en el mercado, venden directamente en el campo y en las verdulerías de la localidad o de los pueblos vecinos.

Gráfico 10: Canales de comercialización de los feriantes



Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

A. Estrategias de reproducción social- económica de los feriantes

Respecto al conjunto de prácticas que los feriantes y sus familias implementan para su reproducción social, se indagó sobre el concepto de “*estrategias de reproducción social*” de Bourdieu (1979b, citado por Gutierrez, 2005) para conocer aquellas que fueron estructuradas por ellos en la “Feria Regional Barrio Bonacina” a lo largo de los años. A su vez, para este análisis se tuvo en cuenta que las estrategias están condicionadas por cuestiones inherentes al trabajo que realizan los feriantes y al territorio en el que se desarrollan.

Del relevamiento realizado, se observó que la mayoría de los puestos son familiares, es decir, que es la familia quién participa en las actividades que involucra a la Feria y, por ende, el sujeto de análisis de estas estrategias. La mayoría de sus integrantes son pequeños productores hortícolas o trabajadores temporarios en el cultivo de la cebolla, es decir, que son “feriantes pluriactivos”. Por lo tanto, la actividad en la Feria les permite un ingreso adicional y un flujo de dinero durante todo el año para una subsistencia mínima. Asimismo, les permite, principalmente a las mujeres,

insertarse en el ámbito laboral generando la complementación de ingresos familiares. Son trabajadores “informales que luchan por su subsistencia” (Busso, 2010b: 118).

"Unos pesitos más, otro ingreso. Un extra como quién dice" (Feriante y vendedor de comida elaborada en el momento, Encuestado 163, 26/01/2020).

No obstante, el 19% de los feriantes manifestó que obtiene su único ingreso a partir de lo comercializado en la Feria, siendo “feriantes exclusivos o monoactivos”, donde la Feria es su única ocupación. Así lo demuestran los testimonios de los feriantes entrevistados dado que esta realidad fue compartida por muchos de ellos.

"No es solo el trabajo, es el ingreso para la casa (...) trabajo para la gente que tiene problemas de salud. Buscan la forma de hacer algo (...) un ingreso para la casa". (...) con lo que vendo hoy, el próximo domingo compro carne, verdura, huevos" (Feriante y vendedora de plantas, Encuestado 57, 13/10/2019).

"Buscando otra salida. Falta de plata" (Feriante y vendedor polirubro, Encuestado 79, 13/10/2019).

Asimismo, siguiendo a Bourdieu del análisis realizado se vislumbró la existencia de una relación habitus-estrategia entre los feriantes, donde el “*habitus es el instrumento de análisis que permite dar cuenta de las prácticas en términos de estrategias, dar razones de las mismas, sin hablar propiamente de prácticas razonables*” (Gutierrez, 2005: 77). En este contexto, las estrategias de los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina” pueden ser socialmente explicables tanto por la posición que ocupan en el “*campo*” como por los “*habitus*” incorporados. En cuanto al campo, se puede explicar por la situación de precarización e informalidad que padecen los trabajadores temporarios en el mercado de trabajo del cultivo de la cebolla, y que buscan un ingreso adicional en la Feria. Respecto al habitus, se puede observar en las tradiciones comerciales heredadas e incorporadas de los feriantes. Ellos reproducen y actualizan elementos de su cultura original dado que provienen de ámbitos culturales donde la venta y compra de productos en espacios feriales es una práctica cotidiana. En palabras de uno de los entrevistados:

"Nosotros allá, esto te lleva a la necesidad hacer la feria. Como Bolivia antes era un país, hoy creo que está un poco mejor (...) Según lo que me cuentan mis viejos, que estuvieron más años allá, siempre hubo feria. Allá

todo es feria, o si no le dicen mercado o mercado campesino, tipo así. Todo son ferias. Creo que esas cosas se hicieron por la economía, por lo que necesita la gente. La necesidad de la gente. Y acá creo que está pasando lo mismo en la Argentina, donde más necesidad, cada año hay más creo que estás cosas van a empezar a surgir más porque de ahí, de esa manera salen para adelante. Y así se manejaron, yo lo que tengo entendido fue de toda la vida allá en Bolivia. Siempre hubo eso. Antes que mis viejos se vengán para acá ellos también iban a la feria, me hablaban siempre de feria. Ellos pertenecen a Sucre. Ya viene así, es tradición, de negociante pero siempre casi en la calle (...) Nosotros el tema de la producción lo traemos en la sangre. Nosotros por lo menos allá del pueblo mío, mi papa siempre se dedicó a sembrar cebolla y papa” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 11, 24/09/2019).

Asimismo, el “*habitus*” se puede observar en las tradiciones y costumbres de ferias y mercados heredadas de la comunidad boliviana y presentes en la “Feria Regional Barrio Bonacina”. Como por ejemplo, la instalación de los puestos en la vía pública, la forma de exponer sus productos, un marcado y presente rol de la mujer en el aspecto comercial, la venta de comidas típicas del altiplano y condimentos o especias de cocina, entre otros. Durante las visitas a la Feria y de los testimonios de los entrevistados se percibieron procesos identitarios y de patrimonialización por parte de los feriantes mostrando la existencia de una colectividad bien cohesionada, lo que se conoce como el “*enjambriamiento cultural*” de Zalles Cueto (2002). Asimismo, se destacaron los vínculos culturales y las relaciones de parentesco, de vecindad y afectiva que se observaron entre ellos (Icaza & Tiribia, 2003).

“Es como muy familiar. Todos, la mayoría se llevan bien, charlan. Yo con los vecinos que tengo cerca siempre conversamos de todo. Y hoy hay mucha gente conocida” (Feriante-Productora hortícola de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

Respecto a los pequeños productores hortícolas, se observó también que su participación en la Feria implicó el fortalecimiento de aquellas producciones que eran destinadas al autoconsumo, dado que los excedentes de la producción de sus chacras comenzaron a ser llevadas a la Feria para ser comercializados (García Guerreiro, 2008: 8). Teniendo en cuenta lo mencionado por Cáceres (2003), esto permitió evidenciar también la diversificación de actividades (prediales y extraprediales) que realizan estas familias, donde las EIE (estrategias para la obtención de ingresos extraprediales) cobran una gran importancia, complementando de modo significativo la actividad ferial. En palabras de uno de los entrevistados:

“Yo por ejemplo, yo empecé a sembrar como te dije. Había dejado de sembrar, volví a sembrar y las cosas que siembro, por ahí las vendo en la feria, la mayor parte. Y antes de eso, yo no estaba sembrando, como cuatro años no sembré, vivía de la feria. Aunque no lo creas vivía de eso y algunas changas que hacía por ahí” (Miembro de la comisión de feriantes, Entrevistado 10, 24/09/2019).

Por otra parte, siguiendo a Cáceres (1995), se observó que la reproducción social de los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina” es alcanzada en dos niveles diferentes. Por un lado, a través de las estrategias de “*reproducción simple*” dado que la reproducción de su fuerza de trabajo y la de sus medios de producción ocurre en una misma escala de activos productivos e ingresos. En este caso se observó, que la “necesidad económica” fue la razón que los movilizó para emprender actividades comerciales en la Feria.

Por el otro lado, a través de estrategias de “*reproducción ampliada*” permitiendo la acumulación y ampliación de su escala de producción, es decir, que el ingreso adicional obtenido por el incremento productivo es destinado a la compra de medios de producción y no a una mejora del consumo (Cáceres, 1995). Estas últimas estrategias se evidenciaron, como se mencionó anteriormente en el análisis de las actividades que propone la autora Busso (2010b), en la compra de materiales para mejorar el puesto o en la apertura de locales en sus hogares o negocios del pueblo, o en el ingreso obtenido de la Feria que les permite que sus hijos estudien en distintos niveles educativos¹³.

Siguiendo esta línea, Caracciolo y Foti (2013) se refieren a las estrategias de reproducción simple y ampliada de las unidades domésticas de la Economía Social¹⁴, mientras que Coraggio (2007a) a las estrategias de reproducción simple y ampliada de cada unidad o grupo doméstico de la Economía Popular. Ambos autores se orientan fundamentalmente a la satisfacción de las necesidades de sus integrantes con una lógica de “reproducción ampliada de la vida”. Esto implica un proceso durante un período prolongado (por ejemplo, una generación) donde se verifica un desarrollo sostenido en la calidad de vida de sus miembros.

¹³ Las estrategias de los feriantes comprenden no sólo las actividades feriales y las extra feriales sino también aquellas relacionadas con la esfera doméstica, como por ejemplo, criar y educar a los hijos, cocinar, etc. (Cáceres, 1995: 4).

¹⁴ La autora se refiere también a la *reproducción deficitaria*, cuando el valor agregado generado no alcanza a reponer los recursos productivos y a satisfacer las necesidades de sus miembros.

En este contexto, se evidenció la importancia de la utilización de la propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles por parte de los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina” para garantizar no sólo la subsistencia inmediata sino también para producir un excedente que pueda ser intercambiado, en la Feria, para adquirir otros valores de uso; permitiéndoles con ello la satisfacción de las necesidades de sus miembros “*en condiciones intergeneracionales siempre mejores y más equitativas de la calidad de vida de todos y todas*” (Caracciolo y Foti, 2013: 6).

Es importante destacar que de los distintos testimonios de los feriantes encuestados, se observó que para hacer frente a las variaciones continuas de su entorno estos sujetos crean y recrean permanentemente nuevas estrategias con el objetivo de alcanzar su reproducción social. Por ello, muchas veces los feriantes, de acuerdo a la demanda de los consumidores, cambian de rubro o de producto dependiendo la época del año, o de un año para el otro, o complementan rubros dentro de un mismo puesto.

A modo de conclusión, se puede afirmar que la “Feria Regional Barrio Bonacina” se caracteriza por ser un espacio apropiado por los actores de la Agricultura Familiar y por aquellos encuadrados en el marco tanto de la Economía Social y Solidaria como de la Economía Popular, que favoreció los intercambios no solo económicos y comerciales, sino también culturales y sociales, entre ellos y la comunidad. En este sentido, se originan las estrategias de reproducción social de los feriantes y sus familias, que están condicionadas por cuestiones inherentes al trabajo que realizan y al territorio. En el cuadro 7 se presentan las distintas actividades feriales que realizan estos actores, y que pueden ser encuadradas en los distintos marcos teóricos que aportan los autores citados para estas prácticas.

Para la clasificación de las actividades feriales se siguió el planteo de Busso (2010b) quién las divide en actividades de “*subsistencia*” y de “*acumulación*”. A su vez, estas actividades pueden ser encuadradas tanto por Cáceres (2003), como por Caracciolo y Foti (2013) y Coraggio (2007a) en estrategias de reproducción “*simple*” y “*ampliada*” para cada uno de los actores de la “Feria Regional Barrio Bonacina”. Del análisis realizado se evidenció que se trata de feriantes familiares, algunos de ellos pequeños productores, con un nivel bajo de capitalización que tienen como principal objetivo la reproducción social de sus familias en condiciones dignas.

Cuadro 7: Estrategias de reproducción social – económica de los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina”

ACTIVIDADES FERIALES BUSSO (2010b)	ESTRATEGIAS DE REPRODUCCIÓN SOCIAL “FERIA REGIONAL BARRIO BONACINA”		
	CÁCERES (2003) (Unidades campesinas)	CARACCIOLO y FOTI (2013) (Unidades económicas de la Economía Social)	CORAGGIO (2007a) (Unidades domésticas de la Economía Popular)
Subsistencia -mejora en el consumo, -trueque	Reproducción simple	Reproducción deficitaria Reproducción simple	Reproducción simple
Acumulación -apertura negocio -mejoramiento puesto -estudios hijos	Reproducción ampliada	Reproducción ampliada de la vida	Reproducción ampliada de la vida

Fuente: Elaboración propia sobre la base de bibliografía consultada (Cáceres (2003), Caracciolo y Foti (2013), Coraggio (2007a) y trabajo de campo realizado, 2020

B. Trayectorias socio laborales de los feriantes

En este apartado, se propone completar el análisis de los feriantes indagando en sus factores de diferenciación, en cuanto a sus comportamientos socio-laborales y motivaciones, con el objetivo de identificar las “trayectorias feriantes”. En este sentido, Maraschio y Castro (2016: 193) sostienen que en los espacios feriales *“los sujetos transitan y ponen en práctica estrategias de inserción económica, dando lugar a la construcción de trayectorias socio-laborales dinámicas, que constituyen reales o potenciales alternativas de producción y reproducción”*.

A partir del análisis de los distintos aspectos relevados en las encuestas realizadas, se identificaron dos trayectorias socio-laborales de los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina”. La diferenciación entre estas dos trayectorias surgió de la distinción entre los sujetos que integran la Feria, es decir, entre feriantes horticultores

y no horticultores. Si bien la Feria fue impulsada por un grupo de pequeños productores hortícolas, de origen boliviano, con el correr de los años fue incorporando a otros vendedores de otros rubros.

De acuerdo al relevamiento realizado, la mayoría de los feriantes (58%) se dedica a la reventa de diversos productos y artículos (incluye artículos textiles nuevos y usados, productos de almacén, bazar, electrónica, usados y otros) y sólo el 30,6% son pequeños productores hortícolas. Luego, le sigue un 10,6% que elabora alimentos en el momento (comidas y bebidas artesanales) y un 0,6% que elabora productos artesanales no alimenticios.

A partir de esta diferenciación, se establecieron las trayectorias socio-laborales de los feriantes teniendo en cuenta además sus “motivos de ingreso” a la Feria, la condición de “exclusividad de actividad/ingresos” o la existencia de “pluriactividad” de los feriantes, los años de “participación” en la Feria, la “composición de los puestos” y su “lugar de residencia”. La información se muestra en el siguiente Cuadro 8:

Cuadro 8: Trayectoria socio-laborales de los feriantes

FERIANTES	MOTIVACIONES	PARTICIPACIÓN EN LA FERIA (años)	ACTIVIDAD/INGRESOS	COMPOSICIÓN DEL PUESTO	RESIDENCIA
Horticultores	Necesidad económica	Más de 10 años (fundadores)	Exclusivos	Familiar	Pedro Luro
	Problema verdura	Menos de 1 año	Pluriactividad		H. Ascasubi Pradere
No horticultores	Necesidad económica	Entre 4 y 5 años	Exclusivos	Familiar	Pedro Luro
	Interés particular		Pluriactividad	Unipersonal	Bahía Blanca

Fuente: Elaboración propia, sobre la base de bibliografía consultada (Maraschio y Castro (2016), Benencia y Flood (2005) y trabajo de campo realizado, 2020.

La primera categoría corresponde a los feriantes **“horticultores”**. La mayoría de ellos ingresaron a la Feria por necesidad o debido a que tenían un pequeño excedente de producción (no suficiente para otros canales de comercialización) en sus chacras que debía ser comercializado cuanto antes para lograr obtener una ganancia mínima que permitiera su manutención y la de su familia. Estos productores

representan, a su vez, a los fundadores de la Feria, seguidos por aquellos pequeños horticultores que se incorporaron al espacio ferial en el transcurso de este último año.

Respecto a los ingresos, el 14% comercializan la verdura solamente en la Feria, lo que evidencia un ingreso exclusivo. Mientras que el 86% restante obtienen sus principales ingresos de otros canales de comercialización, como los mercados concentradores de Bahía Blanca, las verdulerías, la venta directa en los campos, siendo la Feria un complemento. Asimismo, esto evidencia la pluriactividad de estos feriantes como estrategia de reproducción social, dado que muchos de ellos manifestaron trabajar en otros campos u otras actividades para la complementación de sus ingresos familiares.

En cuanto a la composición del puesto, se observó que son principalmente parejas/matrimonios donde el hombre se encarga de armar y desarmar el puesto y la mujer de la comercialización de las frutas y verduras. Se observó también puestos integrados por familias donde todos los miembros participan de las actividades feriales.

Con respecto a la residencia de los feriantes horticultores, la mayoría habitan en Pedro Luro y un pequeño porcentaje en Hilario Ascasubi y Pradere. Esto implica que deben recorrer pocos kilómetros desde sus chacras hasta la Feria, con todos los productos frescos para la venta de los días domingos.

La segunda categoría corresponde a los feriantes **“no horticultores”** que en total representan al 69,4% de los feriantes encuestados. El motivo de ingreso de estos feriantes, en la mayoría de los casos si bien fue la necesidad económica, se observó también que algunos ingresaron a la Feria por un interés particular, como por ejemplo, hacerse conocido, por entretenimiento, o por la elección de un estilo de vida alternativo.

Respecto a la condición de exclusividad de ingresos entre los feriantes “no horticultores” se observó que el 21% de ellos no desarrollan otra actividad que signifique un ingreso. Mientras que el 79% restante manifiestan que además de vender sus productos de forma directa en sus casas o locales propios, realizan otras actividades fuera de la Feria, principalmente como trabajadores temporarios en el cultivo de la cebolla.

En cuando a los años de participación estos feriantes en la Feria, se evidenció que comenzaron a formar parte hace cuatro o cinco años atrás, y lo hicieron solos o con sus familias, en igual proporción.

En este caso, se observó que la mayoría de estos feriantes residen en la localidad de Pedro Luro pero se destacó un pequeño porcentaje proveniente de la

ciudad Bahía Blanca. Esto implica que deben recorrer 135 kilómetros aproximadamente todos los domingos para llegar a la Feria. Asimismo, la incorporación de estos feriantes a la Feria fue posible dado que aún no existía la Ordenanza Municipal que hoy está vigente y que prohíbe la participación de feriantes que residan fuera de la zona del Valle Bonaerense del Río Colorado.

Por último, siguiendo la tipología de vendedores en ferias urbanas planteadas por Busso (2010b), se analizaron aquellas presentes en la “Feria Regional Barrio Bonacina” a través de las tres dimensiones propuestas por la autora: la experiencia laboral previa, las expectativas a futuro respecto a su actual actividad laboral y, el motivo o razón por el cual emprendió este trabajo. Se encontraron dos “tipos ideales” de feriantes: “*feriante tradicional-típico*” y “*feriante ocasional-inmigrante*”.

En el caso del “*feriante ocasional- inmigrante*”, corresponde al inmigrante boliviano que portando saberes y competencias relativas a la producción y manipulación de hortalizas, y producto de actividades por cuentapropia en su país; reprodujeron el paisaje de los mercados bolivianos en la ferias comerciales de nuestro país, y en la “Feria Regional Barrio Bonacina”, específicamente. El motivo o razón de estos feriantes fue a partir de la evaluación que realizaron de las condiciones económicas y del mercado de trabajo de la región. De hecho, el relevamiento realizado muestra que el 77% de los feriantes encuestados manifiesta que la razón que los movilizó para emprender actividades comerciales en la Feria fue la necesidad originada al evaluar el contexto económico y las condiciones del mercado de trabajo.

A su vez, del análisis de la Feria surgió la presencia de “*feriantes tradicional-típicos*” que corresponde mayoritariamente a los hijos y/o nietos del inmigrante boliviano. Son jóvenes que encontraron en ese espacio su primera inserción laboral, que no sólo se plantean esta actividad a largo plazo sino que además, la decisión propia de comenzar a trabajar en la Feria reprodujo una decisión o trayectoria familiar. En estos casos la actividad se remonta a varias generaciones de feriantes (Busso, 2011a).

3.3.4 Principales conflictos de la Feria

Siguiendo a Busso (2010b) las ferias comerciales implican dos grandes tipos de conflictos entre los feriantes: internos y externos. Los internos se refieren a aquellos conflictos entre los feriantes generados por el uso del espacio y por la competencia

comercial. Mientras que los externos, ocurren entre los feriantes y la municipalidad y/o los vecinos y/o con otros comerciantes.

Del estudio de caso realizado de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, se observó que existen *conflictos internos* entre los feriantes ya sea por el uso del espacio como por la competencia comercial existente entre ellos. Respecto al espacio de cada feriante, el principal conflicto se ocasiona por estar en la calle (en la vía pública) porque si bien cada uno tiene su lugar asignado, en caso de no asistir algún domingo comienzan a surgir disputas debido a que otros feriantes ocupan el lugar de los que no estuvieron o están ausentes. Además, hay personas que no piden permiso para instalarse en la Feria por el simple hecho de encontrarse ésta en la vía pública y colocan puestos con productos solamente durante los meses de más ventas. Es decir, llegan a la Feria, no se registran, se instalan sin la autorización de la “Comisión de Feriantes” y comienzan a vender sus productos sin ningún tipo de permiso ni control.

Ambos conflictos ocurren con mayor frecuencia sobre la calle 8 dado que es donde se instalan todos los feriantes nuevos. Mientras que, la calle 5 está siempre ocupada por los feriantes más antiguos y por los puestos de los comercios habilitados que están sobre la misma calle.

“Los principales conflictos es siempre por los puestos porque digamos como estamos en la calle piensa uno que tiene derecho a vender como quiera. No vienen y te piden permiso si se puede vender o no se puede vender” (Miembro de la Comisión de Feriantes, Entrevistado, 10, 24/09/2019).

“En la temporada hay mucha gente que por ahí siembra algo: melones, sandía, y van en la camioneta y venden dos o tres domingos y no van más. Y capaz que no paga nada tampoco. Entonces, también es injusto para la gente que está todo el año, que aún a veces que no va igual lo paga. O van y se ponen en otros puestos. Por ahí, en la temporada se complica un poco con eso” (Feriante y productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

A su vez, muchas veces surgen conflictos con feriantes que vienen de otras localidades que no pertenecen al Partido de Villarino, como por ejemplo, de Viedma o de Bahía Blanca, que también se instalan en la Feria sin permiso de la “Comisión de Feriantes”. Además, estos vendedores no suelen instalar el puesto todos los domingos lo que ocasiona enojo en los feriantes que se encuentran de forma permanente durante todo el año.

“Yo prefiero dar a uno de acá del pueblo, que es de acá y no dar a uno de Bahía que se lleva la plata y es de otro lugar (...) Claro, la oportunidad al de acá. Bueno siempre viendo la oportunidad al de acá (...) porque no es justo más que todo, porque ellos no vienen toda la temporada, todo el tiempo. Nosotros estamos ahí con el frío, calor, lo que sea, lo que sea, año redondo, todos los domingos” (Miembro de la Comisión de Feriantes, Entrevistado 10, 24/09/2019).

Actualmente, con la nueva Comisión Directiva se logró una mejor organización en cuanto a la instalación y distribución de los feriantes. Cada puesto tiene un número, un lugar asignado y una ficha de pago mensual. Así lo demuestra el testimonio de una de las entrevistadas:

“Antes te cobraban por stand pero no tenías nada. Capaz que venía otra persona ocupaba tu puesto y vos capaz que dos o tres ferias no fuiste y ya estaba. Ahora, es dentro de todo, un poco más ordenado. Cada uno tiene su número, tienen una ficha de pago. Es más ordenado en ese sentido” (Feriante y productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

En cuanto a la competencia comercial entre los feriantes, muchos de los entrevistados manifestaron su descontento ante la ausencia de acuerdos de precios. Como se menciona anteriormente, los precios no son definidos en forma colectiva entre los productores hortícolas y los vendedores de cada uno de los rubros, sino que cada feriante fija sus propios precios de acuerdo a criterios personales.

“Venden todos sin control, no hay control, no hay nada. Muchos vienen de afuera, más de 300 productores” (Feriante y vendedora polirubro, Encuestado 1, 29/09/2019).

“Hay mucha competencia de precios. No hay quién regula el precio” (Feriante y vendedor de frutas y verduras, Encuestado 151, 12/01/2020).

“No existe acuerdo de precios, mucha competencia” (Feriante y productor hortícola y vendedor de frutas y verduras, Encuestado 156, 26/01/2020).

Se observó también que ni bien comienza la Feria algunos productores hortícolas realizan ventas al por mayor a algunos verduleros de la zona que se acercan a comprar. A su vez, estos mismos productores les venden verdura a otros feriantes que luego la revenden en la Feria. Esto último provoca el enojo y descontento

de muchos feriantes dado que estos productores no respetan el precio y terminan vendiendo muy barato perjudicando al resto.

“Acá la verdura sigue siendo barata porque tiene los precios locales, no tiene el costo del flete, ni el costo impositivo del flete, ni del local. En Luro hay un montón de verdulerías que son de los productores de acá, pero debe haber mucho más de 20. La gran mayoría son de un productor que puso la verdulería como un lugar más de venta. Después ese productor también va a la feria. Alguno que es más grande también va a Bahía o comercializa en distintos lugares (...) Cada uno va buscando su lugar” (Técnico INTA, Entrevistado 8, 11/04/2019).

Por otro lado, en cuanto a los *conflictos externos* de la “Feria Regional Barrio Bonacina” se evidenció que existen entre los feriantes y el Municipio, como así también con los vecinos y con otros comerciantes. Respecto al conflicto con el Municipio, se originó por el uso y la administración del espacio público dado que la Feria funciona desde sus inicios en la calle (en la vía pública) de forma precaria no pudiéndose ser reconocida como viable.

“Porque nosotros prácticamente en la calle no queremos estar porque cómo vamos a estar en la calle. Ellos nos exigen tantas cosas, que cuando en la calle no se puede estar. Cuando llueve hay un barro, hay no sé, no puedes trabajar tranquilo (...) en la calle no, en la calle no podemos ser ni ordenados ni nada” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 10, 24/09/2020).

Fotografías 16, 17 y 18: Calles donde se encuentra ubicada la Feria





Fuente: Elaboración propia, enero 2020.

Por ello, en el año 2014 se suscribió un “acta compromiso” entre los feriantes y el Municipio, a través del cual los primeros asumieron; por un lado, el compromiso por el que reconocen la autorización para su funcionamiento de carácter provisorio por medio de la Ordenanza Municipal N° 2746/2014; y por el otro, la obligación de trasladar sus puestos al predio Municipal cuando el mismo esté en condiciones de ocuparse.

En cuanto a los conflictos entre los feriantes y los vecinos, se observó que se originan tanto por razones de ruidos molestos como por la obstrucción de las entradas y salidas de las casas de los vecinos que habitan las calles 5 y 8 donde se emplaza la Feria. Los feriantes instalan sus puestos todos los domingos a partir de las 6 de la mañana sobre la vía pública (sobre las veredas y calles de tierra), generando no solo el corte de tránsito vehicular en esas calles, sino también la presencia de ruidos molestos al momento de cargar y descargar la mercadería, el bullicio propio de la Feria y la dificultad en el ingreso y egreso de los vecinos a sus casas.

“Y bueno también tiene mucho que ver los vecinos, los dueños de la casas que están. Por ahí hay gente que no le gusta. Uno tiene que respetar las entradas, cada entrada de cada casa por si entran vehículos o sale un vehículo. Pero por ahí hay gente que no le gusta. Por ejemplo, donde yo estaba la señora como que al principio como que no quería saber nada (...) siempre hay alguno que no le gusta, no quiere, como que molestas en su vereda (...) contra los vecinos no podes hacer nada, porque ellos viven ahí” (Feriante y productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

“Tengo que renegar, el dueño no quiere porque estoy en la entrada” (Feriante y vendedora polirubro, Encuestado 60, 13/10/2019).

Por último, se evidenció la existencia de conflictos entre los feriantes y otros comerciantes de la localidad debido a la competencia comercial existente entre ellos. Este conflicto existe, principalmente, con los comerciantes que se encuentran ubicados en el centro de la localidad de Pedro Luro y no con aquellos que tienen negocios sobre las calles 8 y 5 donde se desarrolla la Feria. Estos últimos se benefician de la misma dado que colocan sus puestos sobre la vereda y ofrecen sus productos al igual que los otros feriantes.

“Cuando recién arrancó, más que todo se quejaban las verdulerías. Por ahí, uno vende más barato entonces por ahí la gente iba a comprar. Pero bueno como que ahora, no sé si se acostumbraron pero ya no escucho que haya quejas. En su momento si había un montón de quejas, más que todo en el sector de verduras (...) Y los comercios (de las calles 8 y 5) también aprovechan a vender. Por ahí sacan artículos afuera también, ponen mesas afuera, les ayuda” (Feriante y productora hortícola de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

“Nosotros no tenemos problema, porque esto es un centro comercial que está instalado. Acá nosotros nos vamos a quedar, la Feria va a estar allá pero nosotros vamos a sacar mercadería acá en la vereda y vamos a vender lo mismo. Entonces, el centro está (...) Hoy es el día que la gente viene los domingos, fuera de hora, en horario. Nosotros así hicimos cinco salones (...) a raíz de eso empezaron a hacer todos salones. Vendamos, vendamos. No importa que haya dos tiendas, una arriba de la otra, porque en todas partes del mundo se agrupan los rubros, ya sea comestibles, ropa, repuestos. Hagamos lo mismo. Bueno, así fue que nosotros hicimos estos salones, han hecho ahora un montón de salones. Significa que el día que la Feria se retire, está armado el centro comercial” (Comerciante ubicado en la calle 5, Entrevistado 12, 15/03/2020).

3.3.5 Los consumidores: sus características.

Los consumidores son actores que intervienen en la configuración y el sostenimiento de la feria, asumiendo un rol destacado en tanto actor que posibilita el establecimiento de relaciones de intercambio material y simbólico. A su vez, este actor contribuye no solo a la dinámica económica de la feria sino también a la legitimación social de la misma, otorgando reconocimiento social a las actividades de los feriantes (Mauricio, 2009).

La metodología de investigación empleada se basó en la realización de encuestas dirigidas a los consumidores de la “Feria Regional Barrio Bonacina” y en el registro de observaciones realizadas durante sus jornadas. Este conocimiento se pudo profundizar a través de las referencias expresadas del consumo local que realizaron los feriantes y los agentes del Estado entrevistados.

Uno de los aspectos que interesó conocer de la Feria fue la residencia de los consumidores, y se destacó que no son solamente oriundos de Pedro Luro, sino que también se acercan a comprar personas de Mayor Buratovich, Hilario Ascasubi, Pradere y Viedma inclusive. Los consumidores de Pedro Luro, muchos de ellos provienen del propio Barrio Bonacina donde está emplazada la Feria y de otros barrios ubicados en la periferia de la ciudad que también están poblados en su mayoría por inmigrantes de origen boliviano.

Asimismo, entre los grandes consumidores se encontraron los trabajadores golondrinas de origen boliviano y del norte argentino (Jujuy, Salta, Santiago del Estero) y los trabajadores temporarios paraguayos, que llegan a la zona todos los años como mano de obra hortícola, principalmente de la cebolla. Estos trabajadores, solteros o con sus familias, llegan durante la temporada de cebolla (su época de cosecha más específicamente, que arranca a fines de diciembre y se extiende hasta junio aproximadamente) y se instalan en determinados barrios de la localidad. Esto se observó a partir del relato de los feriantes encuestados.

“Mucha gente de Bahía Blanca, Ascasubi, Burato, Pradere. Gente que viene a trabajar por la temporada, norteños. Ellos trabajan y compran. Gente del norte (...) En invierno se nota que queda la gente de acá nada más y en verano como que hay mucha temporada y viene gente de afuera. Entonces, en verano por ahí se vende más, se nota más. Por ahí, hay mucha gente que viene de afuera o viene de Bolivia, o viene gente del norte. Hay gente que está en Santa Fe y viene para acá. Entonces ya cuando empieza a llegar gente de afuera, te das cuenta enseguida. O hay gente paraguaya. Entonces, te das cuenta enseguida qué gente es, porque vos ya la gente de acá la conoces, viste. O gente que viene del pueblo en sí, porque hay mucha gente del barrio, la mayoría que trabaja en la cebolla alquila ahí en el barrio. Entonces te das cuenta de gente que viene del centro, eso también, la conoces” (Feriante y productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

“Gente que viene a trabajar, de todo tipo (...) Cuando está la temporada, se vende. De agosto a diciembre, malaria, terrible. No tenés temporada, no tenés nada. Hasta diciembre es complicado” (Feriante y vendedor de juguetes, Encuestado 172, 26/01/2020).

“El domingo es una cosa, vienen de todos lados. Arranca a las 8 de la mañana hasta las 2 de la tarde. Viene todo el mundo. Vienen hasta los mismos negociantes que tienen negocio ahí” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 10, 15/03/2020).

Un aspecto interesante acerca de los consumidores, *“en tanto actor situado que interactúa dentro del espacio ferial y que a su vez tiene libertad de elección respecto a sus prácticas de consumo”* (Mauricio, 2009: 114-115), se centra en los motivos que los llevan a participar de la Feria. La mayoría de los consumidores encuestados indicaron que acuden a la Feria, debido a los precios bajos y la posibilidad de comprar productos frescos, siendo las frutas, verduras y huevos los productos más buscados. A su vez, muchos manifestaron que al estar abierto los días domingos, les permite comprar todo lo necesario para la semana. Esto último teniendo en cuenta que muchos de los que asisten a la Feria trabajan durante toda la semana en los distintos establecimientos rurales.

“Vienen de Luro, Ascasubi, Bahía Blanca y Viedma. Es fresca la verdura. En Viedma es mucho más cara” (Feriante y productora hortícola, Encuestado 162, 26/01/2020).

“Compra gente de Luro. Más barato, la verdura principalmente. Diferencia de 5 pesos en la verdura, vas sumando y se nota” (Feriante-vendedora de indumentaria usada, Encuestado 159, 26/01/2020).

“Acá (...) hay buenos precios” (Feriante y vendedor de productos de ferretería, Encuestado 179, 26/01/2020)

Es importante destacar, que estos consumidores corresponden a una población estable y arraigada en la región que vive principalmente en Pedro Luro. Sin embargo, se encuentran también los “trabajadores golondrinas”, normalmente del norte del país, que llegan a la zona para trabajar en la temporada de cebolla, y cuyo motivo por el que asisten a la Feria está, principalmente, vinculado con su idiosincrasia y su cultura. En este caso se acercan con el objetivo de pasear o sociabilizar entre ellos.

“Los pobladores arraigados en la región y que viven acá (...) pueden tener cierto tipo de motivación en por qué van a la Feria, cómo, a qué, y demás. Que no dan cuenta de la población golondrina, la que suele venir sobre todo en la temporada de la cosecha y venta de cebolla, que es fuerte. Y dentro de la dinámica de la Feria la época fuerte, fuerte es esa,

cuando viene toda esta masa de trabajadores, por ahí, normalmente más del norte argentino, de Bolivia, de Paraguay o de otros lugares, donde este tipo de eventos, de actividades, como es la Feria esta mucho más internalizado en ellos. De hecho, en esos casos no es sólo ir a comprar una fruta, una verdura, una cosa por un mejor precio sino que es parte de su idiosincrasia ir a la Feria a comer, a socializar, y demás. Hay una diferencia entre por ahí, la gente que va, que vive acá y gente que puede ser, sobre todo del norte argentino. El tema de las Ferias allá es muy habitual” (Técnico INTA, Entrevistado 8, 24/08/2020).

Asimismo, muchos de los consumidores, que trabajan en los campos en actividades vinculadas al cultivo de la cebolla, expresaron que en la Feria pueden comprar a precios bajos todo lo necesario para realizar sus labores, desde herramientas hasta calzado usado.

“Más que todo gente de campo, gente trabajadora te compra” (Feriante, vendedor de indumentaria usada, Encuestado 160, 26/01/2020).

En cuanto a aquellos productos requeridos o necesarios que no se encuentran en la Feria, la mayoría de los consumidores señalaron su oferta diversificada como la valoración general que hacen de la misma, lo que demuestra que consiguen lo que buscan y/o necesitan. Por otro lado, muchos consumidores afirmaron repartir sus compras entre la Feria y, la Cooperativa Obrera, los negocios de barrio, y otras verdulerías, señalando como justificación la búsqueda de precios convenientes o la comodidad de que funcionan todos los días.

Se observó también que durante las primeras horas que comienza a funcionar la Feria, algunos feriantes y productores hortícolas realizan ventas al por mayor a algunos verduleros de la zona que se acercan a comprar. Estos mismos productores les venden también verdura a otros feriantes que luego la revenden en la Feria, lo que genera el enojo y descontento de otros feriantes debido a la competencia de precios ocasionada.

A su vez, se observó que el consumo de algunos productos de la Feria está vinculado a una recuperación de la cultura y la identidad familiar de los feriantes de nacionalidad boliviana, como por ejemplo, las comidas típicas y los condimentos o especias de cocina, entre otros. Cabe destacar el sentimiento de pertenencia que expresaron los propios feriantes al momento de hacer sus propias compras en la Feria.

“Mi mamá compra ropa usada, o zapatos usados viste, para el campo y eso. Pero más que todo para mi hermano que anda en el tractor, con lo que es aceite y todo eso, se mancha un montón, y las zapatillas no le duran nada. Por ahí se engancha con algo y las rompe. En general ni las nuevas les duran, nose que hace con las zapatillas. O por ahí mi papá hay unos zapatos que son grandes, duros; por ahí usados son más accesibles” (Feriante y productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

Por último, de acuerdo a algunos testimonios de los feriantes encuestados, la Feria les permite hacerse conocidos mostrando sus productos los días domingos y estableciendo contacto con potenciales compradores. Luego, estos consumidores se conectan con ellos por teléfono o por facebook, acercándose a sus casas o campos para realizar sus compras. En el caso de los productores hortícolas, algunos de ellos venden sus producciones durante la semana directamente en sus campos.

Fotografías 19 y 20: Consumidores de la Feria



Fuente: Elaboración propia, enero 2020.

3.4 Impacto territorial de la “Feria Regional Barrio Bonacina”

En este último capítulo se analiza el impacto territorial de la “Feria Regional Barrio Bonacina” a través de las nociones teóricas del *desarrollo local o territorial* expuestas por la autora Constanza Rozenblum (2014) en su artículo “*Una aproximación a la complejidad del territorio. Aportes metodológicos para el análisis y evaluación de procesos de Desarrollo Territorial*”. Este concepto permite realizar un análisis con una visión integral no sectorial, y fundamentalmente con un anclaje de las acciones en el territorio (Bustos Cara, 2014). En este sentido Manzanal sostiene que:

“Las diversas y variadas formas de participación de la población local, reclamando y expresando sus demandas sociales y económicas en forma organizada, articulándose con otras organizaciones, son una condición necesaria para la generación, promoción y sostenimiento de un modelo de desarrollo territorial, regional o rural-local alternativo (eficiente, productivo, distributivo, sostenible, transparente)”. (Manzanal, 2004, citado por Nardi y Pereira, 2006: 52).

Desde esta perspectiva, se abordó el estudio de caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina” para demostrar cómo los actores de la Agricultura Familiar y aquellos encuadrados en el marco tanto de la Economía Social y Solidaria como de la Economía Popular, se organizaron para constituir su propio mercado, contribuyendo con ello al desarrollo territorial. Ello implica asumir que este proceso de comercialización e intercambio es distinto respecto de aquellos que son propios de la economía pública estatal y la economía privada capitalista (Caballero, Dumrauf et al., 2011).

En este contexto, el *desarrollo local o territorial* es definido por Rozenblum (2014), como un proceso social que implica estrategias “*desde abajo*”, es decir, diseñadas e implementadas por el propio territorio. Asimismo, la autora destaca la importancia de la multidimensionalidad del enfoque, lo que implica un abordaje integral de todos los aspectos que hacen a una sociedad (económico-productivo, sociocultural, político-institucional y ambiental). Si bien no es necesario que se aborden estas dimensiones al mismo tiempo, lo importante es que el desarrollo sea integral, es decir, que la visión con la cual se piense y planifique abarque todas las dimensiones que hacen a la calidad de vida de la población.

Por lo tanto, siguiendo lo propuesto por Rozenblum (2014), en el primer apartado de este capítulo se hace un análisis del proceso de desarrollo territorial que genera la “Feria Regional Barrio Bonacina” a través de sus dos grandes aspiraciones: la cohesión social y la cohesión territorial, enfatizando en el proceso de aprendizaje

que se desencadena en el territorio. Mientras que en el segundo apartado, se estudian las distintas dimensiones del desarrollo territorial que hacen a la calidad de vida de la comunidad bajo estudio, destacándose la importancia de reforzar o reconstruir su capital social.

Por último, en el tercer apartado se enumeran los principales aportes económicos de la “Feria Regional Barrio Bonacina” al Valle Bonaerense del Río Colorado del Partido de Villarino, con el objetivo de tomar conocimiento también de sus diferentes dimensiones sociales, económicas y territoriales; que facilitarán futuras acciones de intervención para lograr, no sólo la permanencia de los pequeños productores dentro de sus sistemas productivos, sino también la continuidad de territorios rurales vivos.

3.4.1 Desarrollo territorial: cohesión social y territorial, y el proceso de aprendizaje.

Siguiendo a Rozenblum (2014), las dos grandes aspiraciones del desarrollo territorial son alcanzar la cohesión social y la cohesión territorial. Para ello se busca aumentar la competitividad económica, mejorar la equidad social y asegurar la sustentabilidad ambiental, desencadenando un proceso de aprendizaje en el territorio, a través de una estrategia “*desde abajo*”, es decir, diseñada e implementada por el propio territorio (Figura 7).

Teniendo en cuenta que, la **cohesión territorial** “*implica la integración social, cultural, económica e institucional de un territorio*” (Rozenblum, 2014: 12), se pueden mencionar las distintas ferias populares como experiencias de dicha cohesión. Estas experiencias generan, a su vez, una resignificación del mercado como espacio público (Ferrari et al., 2014).

En este contexto, se presenta la experiencia de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, que desde sus prácticas implica tanto la integración cultural, económica e institucional de su territorio como así también su (re)definición. Esto se evidenció no sólo en el reconocimiento y autorización para funcionar, provisoriamente, sobre la vía pública por parte del Municipio sino también en el rescate de especies y comidas típicas que realizan los feriantes de origen boliviano y del altiplano de nuestro país, a través de sus distintos puestos o incluso, la instalación de un comedor que ofrece este tipo de gastronomía (sopa de maní, picante de pollo) en una de las casas ubicada sobre la calle donde funciona la Feria. A su vez, esto se demostró en la afinidad cultural de los feriantes que les permite no sólo asociarse construyendo un “*nosotros*”

colectivo sino también conservar las tradiciones, afirmar la propia cultura y defender los intereses compartidos. En palabras de Caballero, Dumrauf et al. (2011),

“El espacio público del mercado/feria se “habita” de formación cultural, vida de los agricultores familiares, generando un espacio compartido que va más allá de las relaciones de intercambio mercantil (...) se disputa el sentido del “espacio del mercado”. Se lo resignifica como espacio social, de encuentro y de lucha, confrontando la lógica hegemónica del mercado tradicional-racional instrumental”. (Caballero, Dumrauf et al, 2011: 38-39)

Figura 7: Desarrollo territorial de la “Feria Regional Barrio Bonacina”



Fuente: Elaboración propia (2020), en base a Rozenblum, 2014

Fotografías 21 y 22: Gastronomía ofrecida en la Feria



Fuente: Elaboración propia, enero 2020.

Asimismo, se observó que en la “Feria Regional Barrio Bonacina” se resignifica el espacio de la comunidad y la ciudadanía al dejar emerger cuestiones como el rol de la mujer, que deja de pertenecer al espacio doméstico exclusivamente y resignifica su lugar social irrumpiendo en la escena pública. De igual modo, la Ordenanza Municipal de la Feria permitió resignificar la participación ciudadana, a través de la “Comisión de Feriantes”.

Por otra parte, se evidenció que la Feria se presenta como una alternativa de comercialización efectiva para los pequeños productores hortícolas y para los actores encuadrados en el marco tanto de la Economía Social y Solidaria como de la Economía Popular, dado que pueden vender directamente sus productos a los consumidores, sin intermediarios. Además, la participación en la Feria de los pequeños productores, situados en campos cercanos de la misma, no sólo permite el abastecimiento de la población local, sino que también “representa un esfuerzo por romper con las dicotomías urbano-rural y mercado interno-externo, buscando un desarrollo equilibrado del territorio (Rozenblum, 2014).

Con respecto a la **cohesión social**, “entendida como la capacidad de una sociedad para relacionarse entre sus miembros de manera solidaria, con distribución equitativa de la riqueza, respecto a la diversidad, resolución pacífica de conflictos y justicia social” (Rozenblum, 2014: 12), en la “Feria Barrio Regional del Barrio Bonacina” se la percibió a través del rol activo de los agentes locales en el proceso organizativo de la misma y en el fortalecimiento continuo de su participación en los

espacios de toma de decisiones. Esto lo demostró la incorporación de nuevos actores a lo largo de los años, la permanencia, tanto de feriantes, como de pequeños productores y la configuración de un marco institucional más participativo, democrático y solidario a través de la “Comisión de Feriantes”.

La Comisión Directiva de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, conocida como “Comisión de Feriantes”, es quién decide la organización y funcionamiento interno de la misma, comenzando por la formulación de su estatuto. Este reglamento se definió en forma democrática estableciendo quienes pueden participar, que días debe funcionar la Feria, la presentación de los puestos, etc. Las autoridades de la “Comisión de Feriantes” son además, elegidas entre todos los feriantes y se renuevan anualmente, lo que refuerza su carácter participativo y democrático.

Asimismo, del análisis realizado se percibió que las instituciones, es decir, el reglamento y las normas tácitas de convivencia, que posee la Feria han promovido un comportamiento cooperativo a lo largo de los años. Este comportamiento se pudo observar, en el “derecho a feria” que pagan los feriantes todos los domingos a la Comisión Directiva para el acondicionamiento de la misma, y en su compromiso de traslado una vez que el predio municipal se encuentre en condiciones. Respecto a este tema, Nardi y Pereira (2002: 13) sostienen que *“las instituciones existentes y conformadas a partir de las ferias son eficientes porque generan condiciones para que los individuos realicen elecciones económicas estables y propicien la coordinación de decisiones colectivas, y porque estimulan un comportamiento más solidario entre los individuos”*.

Por lo tanto, se puede afirmar que la “Feria Regional Barrio Bonacina” es una construcción social del espacio que ocurre de forma colectiva entre los individuos e instituciones¹⁵ que se encuentran en el territorio y que establecen códigos de pertenecer a este. Se destaca con ello, la importancia del espacio social como factor de desarrollo, donde la Feria cobra un rol protagónico como lugar de encuentro y de socialización de los distintos actores.

La gente va a la feria, por más que no vaya a comprar, va a pasear. Va a encontrarse. Yo tengo mis alumnos que se encuentran en la Feria. Que van a encontrarse en la Feria, a pasear, a recorrer. (...) Y la gente de la comunidad, sea boliviana o sea descendientes de primera o segunda generación de bolivianos, lo tienen asumido como propio. La feria es algo

¹⁵ Según Nardi y Pereira (2006: 54), “consideramos a las instituciones como las normas o reglas que enmarcan los comportamientos individuales y colectivos (...) el concepto de institución que proponemos no solamente incluye aspectos normativos, sino también aspectos reguladores y cognoscitivos”.

que está instalado en Pedro Luro (...) la Feria está bien ubicada y bien emplazada, porque es algo muy propio del barrio” (Concejal del Partido de Villarino, Entrevistado 6, 29/08/2018).

Fotografías 23, 24 y 25: La Feria como espacio de encuentro y socialización



Fuente: Elaboración propia, enero 2020.

Otro aspecto importante, es la “**identidad territorial**” que se observó en los feriantes que permite no sólo la generación sino también el fortalecimiento del sentido de pertenencia de la comunidad y la “*colectividad boliviana*”, implicando con ello la cohesión social y la capacidad de organización para generar proyectos compartidos (Rozenblum, 2014). Esta identidad territorial permite que los actores se sientan protagonistas de su propio desarrollo, apropiándose del proceso logrando acuerdos locales para el desarrollo. Esto se distinguió durante las visitas a la Feria y se demuestra en los testimonios de los encuestados.

“Acá es una colectividad boliviana, es de ellos” (Feriante y vendedor de productos de ferretería, Encuestado 179, 26/01/2020)

“Los paisanos organizaron la feria, no existía” (Feriante-productor hortícola, Encuestado 164, 26/01/2020).

“Cómo no va haber feria acá (...) esto es cultura, esto es del norte, son costumbres” (Comerciante ubicado en la calle 5, Entrevistado 13, 15/03/2020).

“La colectividad se ha instalado acá. Y el municipio lo fue ordenando (...) y ahora se ha extendido mucho” (Comerciante ubicado en la calle 5, Entrevistado 12, 15/03/2020).

Por otro lado, la participación de los distintos feriantes en la construcción de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, como nuevo espacio de comercialización, implicó un fuerte **proceso de aprendizaje**, así como también el establecimiento de nuevos roles y nuevos vínculos asociados a la posibilidad de sostener la Feria y con ella la reproducción de la economía familiar. Este proceso de aprendizaje tiene como objetivo fortalecer las capacidades de los individuos que participan de la misma (García Guerreiro, 2008).

La Feria en el Barrio Bonacina implica, por un lado, un espacio de encuentro entre feriantes que afianza los vínculos entre ellos y el intercambio de saberes, y por el otro, aprender haciendo e ir adquiriendo habilidades para el proceso de venta, como por ejemplo; organizarse, ponerse de acuerdo, preparar la mercadería, los puestos. “*El puesto en la feria forma parte de esa **otra economía** en la cual comprar o vender implica enredarse, exige como afirma una de las feriantes ‘**aprender a hablar**’, comunicarse e intercambiar experiencias*” (García Guerreiro, 2008: 10). Esto se vislumbra en uno los relatos de los feriantes:

“Sí, yo antes no vendía nada. Como que trabajaba con un patrón vendiendo nada. Como que ahí (en relación a la Feria) fue mi primer momento de contacto con la gente. Después capaz que, por ahí, eso me ayudó (...) Ahí al relacionarme con otras personas, sí me ayudó bastante eso. Por ahí, me remarcaban mucho que yo me acostumbré como bastante rápido al contacto con los demás, pero bueno eso te ayuda, bastante. Mi hermano es muy como muy cerrado, y ahí en la feria también como que conversa más. Quieras o no siempre hay conocidos: un profesor o algún compañero de la escuela, y entonces sociabilizas mucho” (Feriante-productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2020).

Asimismo, siguiendo a Albaladejo (2006), se vislumbra que la “Feria Regional Barrio Bonacina”, además de desencadenar un proceso de aprendizaje en el territorio, genera “*innovaciones discretas*”, es decir, iniciativas muy emprendedoras y muy diferentes del mundo de las “*innovaciones oficiales*” (vinculadas a los últimos descubrimientos tecnológicos agropecuarios), donde los protagonistas de estas experiencias no se dan importancia y dicen ser poco interesantes. En el presente caso de estudio, se trata de las actividades feriales que desarrollan las mujeres y/o los trabajadores temporarios como estrategias de reproducción de la economía familiar. En algunos casos, como complementación de ingresos familiares y en otros como inserción al ámbito laboral. Según palabras del autor:

“No se trata sin embargo de marginales o de resistentes, sino que a menudo constituyen el reverso de la medalla del desarrollo y de los territorios rurales « oficiales »: son, sobre todo, las esposas de los « productores » o sus trabajadores temporarios”. (Albaladejo, 2006: 46)

Por último, cabe destacar que, la creación de la “Feria Regional Barrio Bonacina” fue autogestada por sus propios actores que se hicieron escuchar en instancias del gobierno local, como una **estrategia “desde abajo”** (Rozenblum, 2014). Fueron los actores locales (pequeños productores hortícolas, comerciantes y vendedores), a través de su accionar, quiénes hicieron que esta problemática adquiriera un carácter público, donde el gobierno municipal asumió la responsabilidad de formular e implementar una Ordenanza Municipal que no sólo reconoce la existencia de la “Feria Regional Barrio Bonacina” sino también su traslado a un predio cercado y acondicionado para tal fin.

Respecto a la conformación de las ferias, no se puede dejar de lado el rol que cumple el gobierno municipal. *“Algo fundamental para la concreción de la feria es disponer de un espacio público para su funcionamiento y contar con el control sanitario y bromatológico, tanto de las chacras como de los productos elaborados que llegan a*

la feria, temas en los que se encuentra directamente involucrada la Municipalidad” (Nardi y Pereira, 2006: 59). Con el transcurso de los años, las autoridades del Municipio de Villarino han reconocido la “Feria Regional Barrio Bonacina” como un proyecto colectivo a rescatar y parte importante del desarrollo de la comunidad local¹⁶. Esto se puede evidenciar a través de su Ordenanza Municipal:

“Que a pesar de su condición de precariedad y de su instalación provisoria en las calles del Barrio Bonacina, no puede negarse su presencia, su historia, siendo el medio de vida para más de 200 familias instaladas en la actualidad con sus puestos en la vía pública”. (Ordenanza Municipal N° 2746/2014, HCD Villarino)

En síntesis, fueron los distintos actores involucrados de la “Feria Regional Barrio Bonacina” que al ser excluidos por el modelo del agronegocio o por el mercado de trabajo formal urbano, no renunciaron a su capacidad y derecho de construir no solo identidad y ciudadanía, sino también “*otra economía*” (Caballero, Dumrauf et al., 2011). Asimismo, se vislumbró que la Feria genera una dinámica territorial particular en el Partido de Villarino que no sólo favorece sino que también potencia nuevas acciones para un desarrollo local autogestionado. Esto se hace evidente en las réplicas de ferias en los pueblos vecinos del Partido que surgieron a partir del año 2017.

3.4.2 Desarrollo territorial: sus dimensiones de análisis y el capital social.

Por otro lado, la autora Rozenblum (2014) propone que el desarrollo territorial sea abordado de una manera integral, es decir, desde los distintos aspectos y dimensiones que hacen a la sociedad. Entre estas dimensiones, se encuentran la económica-productiva, la socio-institucional y la político-institucional.

En cuanto a la **dimensión económica-productiva**, tiene como objetivo el fortalecimiento de la estructura económico local, logrando con ello no sólo un aumento en la generación de valor local sino también que el excedente que se genera,

¹⁶ Respecto a los inmigrantes bolivianos en la Argentina, Benencia (2011: 301) sostiene que “*en forma paulatina, el Estado argentino, en sus distintos niveles, ha tenido que ir prestando atención y ‘entendiéndose’ con un actor social muy activo que hasta hace muy poco tiempo no entraba en sus cálculos, y ante el cual y para el cual ha tenido que adoptar medidas de distinto tipo que permitieran considerar su inclusión en la sociedad argentina, o en lo que llamaríamos diversos espacios de carácter local en dicha sociedad*”.

permanezca y sea reinvertido en el territorio. En el caso de la “Feria Regional Barrio Bonacina” esto se evidenció a través de los testimonios de los entrevistados:

“Es una cadena. Por ejemplo, yo como vendo fruta, agarro como yo no hago comida si o si tengo que comprar al que vende comida, y por ahí necesito mercadería para mi casa o algo o el otro el que vende comida necesita fruta o lo que sea, viene y me compra a mí. O el otro que por ahí justo tuve ganas de comprar una campera o una remera, o lo que sea, lo compra al otro que vende camperas. Y así todos vamos. Nos vamos ayudando prácticamente con lo que hay. El trabajo da más trabajo, y da oportunidad a comprarse cosas. Es así, no hay otra historia” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 11, 24/09/2019).

“Porque vienen de bahía, vienen de Villalonga, de Stroeder, de todos lados vienen. Entonces, es un dinero que queda. Yo tengo el negocio en el centro de artículos del hogar y muebles, y yo los lunes veo reflejado lo de la Feria. Porque el lunes va éste y me paga una cocina, el otro me compró un placard me pagó la cuota, el otro quiere pagar la cuota de la heladera comercial, el otro viene y me compra algo de contado. Los lunes yo veo reflejado lo de la Feria. Y en cierta manera llega. Viste como es” (Comerciante ubicado en la calle 5, Entrevistado 12, 15/04/2020).

De este modo, la “Feria Regional Barrio Bonacina” permite una mejora en el nivel de vida de sus participantes, ya que no sólo aumentan sus ingresos sino también la ocupación de la mano de obra familiar. Lo que significa un aporte sumamente positivo para la economía local. Asimismo, *“los recursos económicos que obtienen con la venta de sus productos de huerta, granja y alimentos elaborados, vuelven al ámbito local en la compra de todo lo que no pueden producir ellos mismos, colaborando en el desarrollo territorial”* (Nardi et al., 2002: 14). Esto se vislumbra nuevamente de los testimonios de los entrevistados:

“Cuando hoy saben que la feria es una salida más, muy importante porque son 230 familias que hoy ahí llevan el pan o lo que necesiten para su casa, hacen unos pesos más. Obvio que algunos tienen su trabajo pero hoy en el día creo que no alcanza esa plata, no. Y bueno se llevan un poco más de lo que por lo menos ayuda a hacer algunos gastos en la casa” (Miembro de la Comisión de Feriantes, Entrevistado 10, 24/09/2019).

“Aparte de eso la feria tiene, creo que genera mucho trabajo. No solamente para los que están ahí en la feria nomas. Porque viene mucha

gente de otro lado, también genera plata porque no solo gente de acá viene a comprar nomas. Por ahí viene mucha gente de Bahía, vienen de Viedma y un montón de cosas. Ya trabajan los remises más. Es una cadena viste. Constantemente es un domingo que genera bastante plata, y muchos ingresos” (Miembro de la Comisión de Feriantes, Entrevistado 11, 24/09/2019).

“La feria es una fuente de trabajo. Forma de crecer. Fuente de trabajo que lo crea la gente” (Feriante y vendedora de frutas y verduras, Encuestado 74, 13/10/2019).

“Trabajo para la gente que tiene problemas de salud. Buscan la forma de hacer algo, medio para un ingreso para la casa” (Feriante y vendedora de plantas, Encuestado 57, 13/10/2019).

“No hay límite de edad para trabajar en la feria (...) salida laboral, ayuda económica los fines de semana” (Feriante y servicio de peluquería, Encuestado 59, 13/10/2019)

Asimismo, se comprobó que la Feria se presenta como una forma alternativa de inserción de los pequeños productores hortícolas al mercado posibilitándoles un ingreso constante y la permanencia en sus sistemas productivos. Estos pequeños productores participan en el mercado local al mismo tiempo que contribuyen al abastecimiento de productos frescos. A su vez, entre los beneficios que obtienen los pequeños productores y feriantes al participar de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, se evidenciaron que sus emprendimientos: ofrecen ingresos permanentes en forma semanal, requieren una baja inversión inicial, tienen riesgos y costos operativos reducidos, perfeccionan los aspectos productivos y de comercialización (cantidad, calidad aspecto de la producción, presentación, etc.), y se adaptan al contexto local y al sector del pequeño productor.

“La Feria también es un respiro, creo, de los pequeños productores, porque hay muchos productores de verduras que no alcanzan a llegar a Bahía Blanca. No tienen un medio de transporte o siempre lo venden a otro (...) y bueno ese pequeño productor tiene la posibilidad hoy en la Feria, yo creo, de vender su producto, de productor a consumidor. Que es muy fundamental para el pequeñito productor” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 11, 24/09/2019).

Por otra parte, se analizaron las **dimensiones socio-cultural y político-institucional** que tienen como objetivo el fortalecimiento del entramado socio-

institucional¹⁷ para reconstruir o reforzar el “*capital social*” de la comunidad. Es por ello que se abordan de forma conjunta, sin menospreciar la importancia relativa de cada una de ellas. El concepto de “*capital social*” es relevante para explicar su importancia para la Economía Social y Solidaria, dado que permite comprender el poder de los actores colectivos para movilizar recursos a partir de los vínculos sociales de sus organizaciones (Caracciolo y Foti, 2013). Respecto este tema, Kliksberg (1999) se refiere a las ferias sosteniendo que:

“El capital que han movilizado es, esencialmente, “capital social”. Han promovido ciertos valores latentes en la sociedad civil; han mostrado la posibilidad de realizar un proyecto colectivo, que es a la vez eficiente desde el punto de vista productivo, socialmente útil, y atractivo como marco de vida, y han potenciado —a través de su particular estilo gerencial, que ellas han denominado de “gestión solidaria”— elementos básicos de la concepción aceptada de capital social, como la asociatividad y la confianza mutua, y normas de comportamiento que favorecen lo comunitario.” (Kliksberg, 1999: 95)

En este sentido, se observó que la “Feria Regional Barrio Bonacina” constituye un lugar de encuentro social, de intercambio de saberes, experiencias y conocimientos entre los feriantes, donde surge la cooperación entre ellos. Esto implica la unión de un grupo de pequeños productores, feriantes y consumidores, para compartir un espacio de comercialización donde la mayor participación facilita mayor comunicación y aprendizaje (Caracciolo y Foti, 2013).

“Es un medio de trabajo, donde podemos un poco trabajar y un poco sociabilizar” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 10, 24/09/2019).

“Como que ya todos nos conocemos. Por ahí hay productores que ya nos conocíamos. Y te vas haciendo amiga del que vende ropa, amiga de la que vende comida. Es como muy familiar. Todos, la mayoría se llevan bien, charlan. Yo con los vecinos que tengo cerca siempre conversamos de todo. Y hoy hay mucha gente conocida. La mamá de una amiga vende empanadas. Viste, es como que siempre una cadena, siempre conocidos. Como que el pueblo es chico y la mayoría se conocen” (Feriante y productora hortícola, de origen boliviano, Entrevistado 9, 14/05/2019).

Asimismo, la Feria, como economía alternativa, tiene en cuenta motivaciones y subjetividades que van más allá de lo estrictamente económico. De acuerdo al análisis

¹⁷ “El entramado institucional está conformado por las instituciones y organizaciones públicas y privadas de un territorio” (Rozenblum, 2014: 16).

realizado, se evidenció que los feriantes además de realizar su producción, valoran sentirse parte de un colectivo que se organiza, debate, produce y construye un espacio de trabajo asociado, como es la “Feria Regional Barrio Bonacina”. Esto se percibió a través de la conformación de la “Comisión de Feriantes” y de la participación de los distintos actores en la misma. También se observó un notorio aumento de la confianza y autoestima de los feriantes por sentirse participes de la sociedad local. *“Es así que la Feria tiene una gran potencialidad en lo que respecta al empoderamiento de los/as participantes”* (Cremaschi et al., 2013: 17).

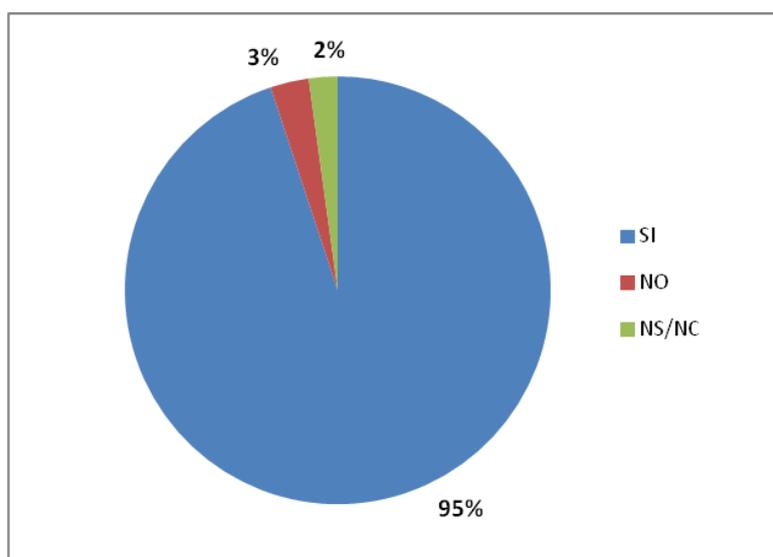
“Uno se emociona y hay más movimiento (...) toda la semana uno trabaja, y el domingo sale al pueblo” (Feriante y productor hortícola, Encuestado 164, 26/01/2020).

“Es muy lindo esto. A mí me gusta esto. Haces amistades, me encanta, me gusta” (Feriante y vendedor de artículos de limpieza, Encuestado 18, 29/09/2019).

A su vez, del relevamiento realizado se observó que al 95% de los feriantes le gustaría continuar participando de la Feria (Gráfico 11). A partir de sus testimonios, se evidenció no solo su empoderamiento sino también su *“proceso de identificación colectiva”* que les permite construir una coherencia grupal y un sentido de pertenencia. Esto anima la vida social, aumenta la capacidad de la acción colectiva y promueve el desarrollo local (Bustos Cara, 2013).

“Todos tenemos la energía y las ganas de trabajar y eso es fundamental en el pueblo” (Miembro Comisión de Feriantes, Entrevistado 11, 24/09/2019).

Por otra parte, cabe mencionar que la “Feria Regional Barrio Bonacina” si bien está reglamentada a través de una Ordenanza Municipal, no cuenta, hasta el momento del presente trabajo de investigación, con organizaciones de apoyo como la mayoría de las ferias de nuestro país. Asimismo, la iniciativa no fue promovida ni apoyada, ni por las autoridades municipales ni por ninguna organización o institución de la localidad. En este sentido, la organización de la Feria se ha sostenido por la participación social, confianza y valores compartidos de los primeros feriantes, en un principio y de aquellos que se fueron agregando a lo largo de los años hasta la actualidad. Es decir, por la concertación local de todos los actores en que es necesario construir un proyecto colectivo (Rozenblum, 2014).

Gráfico 11: Expectativa, ¿seguir en la Feria?

Fuente: Elaboración propia en base a relevamiento, 2020.

En cuanto a la **dimensión ambiental**, que hace referencia a la capacidad de conservar, valorar y enriquecer el entorno local desde el punto de vista no sólo ecológico sino también económico, social, cultural y estético; se observó la voluntad tanto del Municipio como de los feriantes de trasladar la Feria a un predio acondicionado para tal fin, teniendo como objetivo la protección y/o conservación del ambiente local.

Por último, es posible afirmar que la “Feria Regional Barrio Bonacina” permite generar “*agregado de valor*”¹⁸ tanto económico, social, como cultural y simbólico (Caracciolo y Foti, 2013) (Ver Figura 8). Respecto al “*valor agregado económico*” la Feria hace que el dinero que entra se quede y circule por la misma, facilitando la producción y la distribución y evitando que se la lleve un actor de fuera del territorio que gasta o invierte en otro lugar. Se produce también un “*agregado de valor social*”, dado que los actores que participan fortalecen su pertenencia e identidad como parte de un colectivo, y un “*agregado de valor cultural/simbólico*” referido a los nuevos valores que se generan como una nueva ética de justicia, equidad y reciprocidad.

¹⁸ Este concepto está relacionado con las Tramas de valor de Caracciolo, (2014: 9) donde “*la Trama de valor es básicamente un complejo dispositivo en el cual se entrelazan los actores de la economía social de un territorio cada uno con sus capitales –económico, cultural, social, simbólico, ambiental y político-, con otros actores institucionales dispuestos a apoyarlos, para generar mercados solidarios. Es decir mercados que permiten generar un mayor valor agregado en forma equitativa y sostenible con beneficios no sólo para sus integrantes sino también para el conjunto de la sociedad*”.

Valores que también refuerzan la “Feria Regional Barrio Bonacina” como un espacio dentro del marco de la Economía Social y Solidaria. Además, como un espacio donde circula información, saberes populares y científicos-técnicos.

Figura 8: Agregado de valor de la “Feria Regional Barrio Bonacina”



Fuente: Elaboración propia (2020), en base a Caracciolo y Foti, 2013

3.4.3 Principales aportes económicos de la “Feria Regional Barrio Bonacina”

Teniendo en cuenta, el peso económico y el rol productivo que tiene la “Feria Regional Barrio Bonacina” no sólo en la economía de la localidad de Pedro Luro sino también en el VBRC del Partido de Villarino, se analizó cómo la Feria representa una válvula de escape para el desempleo de los trabajadores durante las crisis económicas o años de bajo crecimiento económico (Gráfico 12). Se evidenció que la Feria muestra un rol contra cíclico¹⁹ sobre la dinámica general de empleos en la zona,

¹⁹ Según (Busso, 2010a: 155), “La hipótesis clásica respecto al comportamiento del sector informal urbano –SIU- (OIT PREALC) sostiene el rol compensador de la informalidad en el mercado de trabajo, evitando el aumento pronunciado del desempleo (Busso, 2005). Esta afirmación ha sido retomada por algunos autores, quienes a partir de estudios micro, buscaron explicar esta función macroeconómica y social del SIU. Un ejemplo de ello ha sido el estudio de

vinculados a la producción de cebolla, en tiempos de crisis. Es decir, que juega un rol activo en periodos de crisis económica.

Para su análisis, se observó la cantidad de feriantes existentes desde los inicios de la Feria hasta la actualidad y se lo comparó con el valor agregado de la cebolla²⁰, teniendo en cuenta que su producción es la principal actividad productiva del Partido de Villarino. Además, genera no sólo el mayor aporte al producto bruto agropecuario²¹ de la zona sino también ingresos y mano de obra familiar, siendo uno de los principales factores que movilizan y dinamizan los flujos poblacionales característicos de la región.

El valor agregado de la cebolla²² que se utilizó para el análisis es el de la campaña anterior dado que, si su resultado no es bueno en términos económicos (relación precio-rendimiento), ocasiona la siembra de menos hectáreas de cebolla, lo que implica menos oportunidades laborales vinculadas a esa producción (trabajo en los campos, en los galpones de empaque, en transportes, comercios, cuidado de chicos o doméstico, entre otros). Esto moviliza a los distintos actores, vinculados al cultivo de la cebolla, a acercarse a la “Feria Regional Barrio Bonacina” en busca de una oportunidad laboral, o que comúnmente se conoce como “salida económica”.

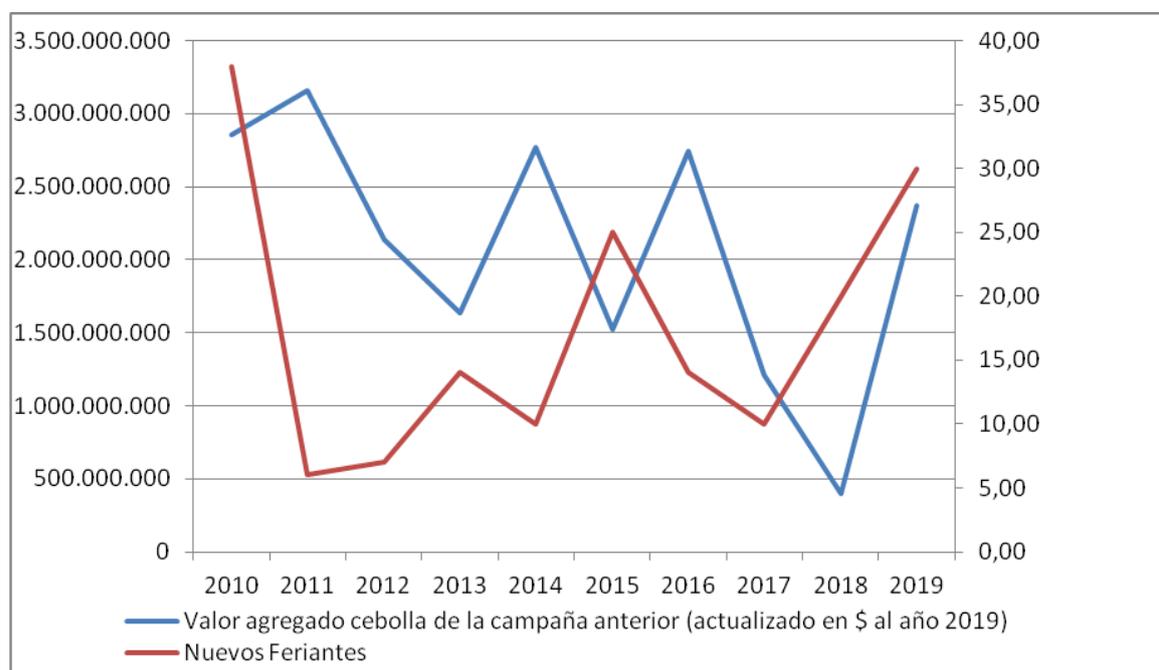
Alstchuler y Jiménez (2005), donde se afirma que en todo el país la crisis sociopolítica y económica del 2001 dio impulso al trabajo en ferias, fundamentalmente para los trabajadores despedidos o que vieron disminuidos sus ingresos (...). Este crecimiento de las ferias en momentos de crisis económicas lleva a algunos autores a evaluar el comportamiento del mercado de trabajo informal como contracíclico a la actividad macroeconómica (Souza y Tokman, 1995)”.

²⁰ Este dato es extraído del “Banco de Datos Socioeconómicos de la zona de CORFO-Río Colorado. Estimación del Producto Bruto Agropecuario Regional” desde la Campaña 2008/2009 hasta la 2018/2019., disponible en: <https://corfo.gob.ar/desarrollo/informes-estadisticos/>

²¹ El *Ingreso o Producto Bruto Agropecuario (PBA)* generado en la zona del Valle Bonaerense del Río Colorado (área CORFO RC) se estima desde la campaña 1984/85 hasta el presente por el *método del Valor Agregado*. Para ello se calcula el Valor Bruto de Producción y a ello se le deduce el valor de los consumos intermedios. Esta metodología de trabajo, convenida el 14 de Abril de 1983 entre la Universidad Nacional del Sur a través del Departamento de Economía y CORFO, permite obtener información razonablemente homogénea para conformar el Banco de Datos Socioeconómicos Regional, así como realizar comparaciones entre los distintos períodos.

²² Con el objetivo de analizar la evolución del valor agregado de la cebolla en la zona, se actualizan (ajustan) los valores de las respectivas series de datos al año 2019 en base a variaciones de distintos índices de precios (deflatores). La metodología que se utilizó es propuesta por INDEC, y el índice de precios seleccionado es el *IPC Congreso empalmado con IPC Nacional INDEC*, que refleja la evolución del poder de compra de una canasta de consumo urbana, como un proxy del poder adquisitivo de los ingresos de los hogares agrícolas como consumidores. El IPC permite expresar la evolución del “bienestar” de los ocupados en la agricultura (productores y asalariados), dado que refleja la evolución del poder comprador de ese ingreso nominal (PBA).

Gráfico 12: Evolución del valor agregado de la cebolla y nuevos feriantes (2010/2019)



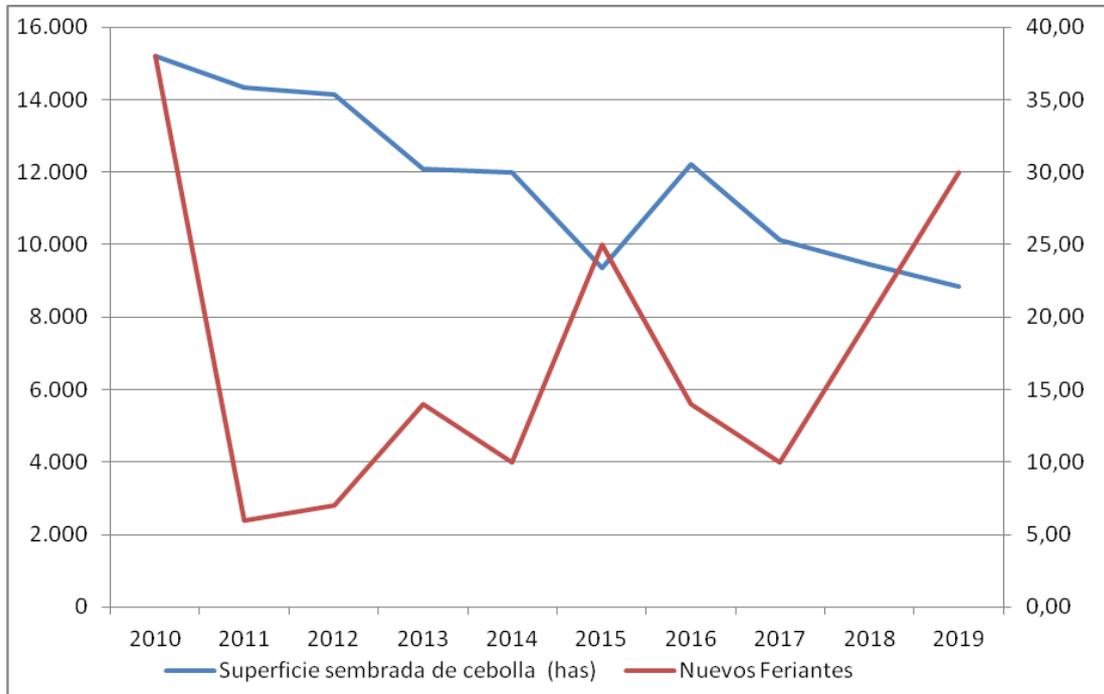
Fuente: Elaboración propia en base al “Banco de Datos Socioeconómicos de la zona de CORFO-Río Colorado. Estimación del Producto Bruto Agropecuario Regional”, disponible en: <https://corfo.gob.ar/desarrollo/informes-estadisticos/>, (Consulta en agosto, 2020)

Por lo tanto, en el Gráfico 12 se puede observar que ante contextos de baja actividad económica en la zona, vinculada al mercado de trabajo de la cebolla, aumenta la cantidad de feriantes que se incorporan a la “Feria Regional Barrio Bonacina”. Este proceso puede ocurrir con cierto retraso al momento de las crisis económicas. De todos modos, el salto importante en la cantidad de feriantes se observó en el año 2015 debido a la sequía que estaba atravesando la zona, y durante el periodo 2018-2019 a causa de la crisis hídrica que evidenció el Valle Bonaerense del Río Colorado del Partido de Villarino²³. En estos años se observó (ver Gráfico 13) una notoria disminución en el número de hectáreas de cebolla sembradas, lo que

²³ - SCHWERDT, J. I. (2019, 30 de septiembre) “Crisis del Colorado: advierten que, por la escasez de agua para riego, cientos de familias sufrirán la falta de trabajo”. *La Nueva Provincia*. Disponible en: <https://www.lanueva.com/nota/2019-9-30-6-30-28-crisis-del-colorado-advierten-que-por-la-escasez-de-agua-para-riego-cientos-de-familias-sufriran-la-falta-de-trabajo>
- INFOBAE (2020, 18 de febrero), “La crisis hídrica en el sur de Buenos Aires afecta a las producciones de la región”. Disponible en: <https://www.infobae.com/campo/2020/02/18/la-crisis-hidrica-en-el-sur-de-buenos-aires-afecta-a-las-producciones-de-la-region/>

generó menos trabajo en la zona, acompañada del aumento en la cantidad de feriantes que se sumaron a la Feria.

Gráfico 13: Evolución de la superficie sembrada de cebolla (has) en el VBRC y nuevos feriantes



Fuente: Elaboración propia en base al “Banco de Datos Socioeconómicos de la zona de CORFO-Río Colorado. Estimación del Producto Bruto Agropecuario Regional”, disponible en: <https://corfo.gob.ar/desarrollo/informes-estadisticos/>, (Consulta en Agosto 2020)

Por último, se puede afirmar que la “Feria Regional Barrio Bonacina” no sólo fortalece la estructura económico local, logrando con ello un aumento en la generación de valor local y que el excedente que se genera permanezca y sea reinvertido en el territorio, sino que también juega un rol activo en periodos de crisis económica. Es decir, genera una oportunidad laboral en momentos de baja actividad económica para aquellos trabajadores que están vinculados a la producción del cultivo de la cebolla, tanto en la zona rural como urbana. Esto se ve reflejado también en el surgimiento de nuevas ferias en los pueblos vecinos de Pedro Luro.

4. CONCLUSIONES

La “Feria Regional Barrio Bonacina” puede definirse como un pequeño mercado local o feria comercial urbana donde los feriantes (productores y comerciantes), en su mayoría de nacionalidad boliviana, concurren los días domingos para comercializar de forma directa con el consumidor de sus productos. Esta experiencia de comercialización es llevada a cabo, en la actualidad, en la vía pública hasta su traslado definitivo a un predio acondicionado para tal fin.

A lo largo del trabajo, se demostró cómo surgió y evolucionó la Feria en el espacio urbano de Pedro Luro, analizado desde la perspectiva de la acción colectiva. En este sentido, los feriantes crearon progresivamente un “nosotros” colectivo a partir del cual reproducen y actualizan elementos de su cultura original, contribuyendo al éxito de sus emprendimientos al mismo tiempo que se apropian del espacio público (Benencia y Canevaro, 2017). Para ello, se tuvieron en cuenta las particularidades de los feriantes (principalmente, de origen boliviano o del norte de nuestro país) quienes provienen de ámbitos culturales donde la venta y compra de productos en espacios feriales es una práctica cotidiana.

En este sentido, la “Feria Regional Barrio Bonacina” implica la construcción de un espacio para las interacciones y relaciones entre la comunidad local y la extranjera, a través del fenómeno conocido como “*enjambriamiento cultural*” de Zalles Cueto (2002), como fue tratado en el apartado 3.1.4 del presente trabajo. Asimismo, la Feria evidencia la construcción de un proyecto colectivo, donde la acción colectiva de los feriantes expresada en un proceso de patrimonialización permite que se identifiquen culturalmente, asumiendo y procurando el reconocimiento externo.

Otro aspecto importante que surge aquí es la “identidad territorial” de los feriantes que permite no sólo la generación sino también el fortalecimiento del sentido de pertenencia de la comunidad y la “colectividad boliviana”, favoreciendo con ello la cohesión social y la capacidad de organización para generar proyectos compartidos.

Esta afinidad cultural no solamente les permite construir ese “nosotros” colectivo, sino también el ámbito de la Feria como un espacio de encuentro e intercambio de saberes, conocimientos y experiencias, donde construyen “otra economía”: la Economía Social y Solidaria. De esta forma, la Feria se convierte en un espacio para compartir y más específicamente para transitar el camino hacia esa Economía (Cremaschi et al, 2013).

En este sentido, la organización de la Feria se ha sostenido por la necesidad y la idiosincrasia de los primeros feriantes, en un principio y de aquellos que se fueron

agregando a lo largo de los años hasta la actualidad. Por lo tanto, ello implica asumir que este proceso de comercialización e intercambio es distinto respecto de aquellos que son propios de la economía pública estatal y la economía privada capitalista (Caballero, Dumrauf et al., 2011).

Las estrategias de reproducción social y económica de los feriantes surgidas del trabajo de investigación, evidenciaron formas de trabajo informal y economías de subsistencias inscriptas en el marco tanto de la Economía Popular como de la Economía Social y Solidaria. Esto se debe a que trascienden la lógica de la ganancia y se vinculan con la reproducción ampliada de la vida.

Se observó que tanto el reglamento como las normas tácitas de convivencia, que posee la Feria han promovido un comportamiento cooperativo a lo largo de los años, que puede encuadrarse en el marco de la Economía Social y Solidaria. Sin embargo, el problema de la reventa observado (debido al 58% de los feriantes que se dedica a la reventa de diversos productos y artículos) no sólo aumenta la dificultad de fijar los precios comunes sino que desdibuja el sentido mismo de la Feria, generando conflictos entre los feriantes y dificultando las formas de solidaridad colectiva y relaciones de reciprocidad entre ellos.

De este modo, se evidenció que no existen acuerdos respecto a los precios de los distintos productos que ofrecen los feriantes, ya que no son definidos colectivamente en el marco de la Feria sino que cada uno fija sus propios precios. No existen acuerdos entre productores o vendedores de los mismos productos, o con los miembros de la Comisión Directiva. Tampoco existen acuerdos por parte de los feriantes respecto a la repetición de los productos que ofrece cada uno o de mantener una oferta diversificada, con el objetivo de evitar la competencia entre ellos.

Sin embargo, respecto a esta situación se observó, tanto por parte de los miembros de la “Comisión de Feriantes” como de los feriantes encuestados y entrevistados a lo largo de la investigación, la intención de comenzar a trabajar juntos en estos aspectos una vez que se encuentren funcionando en el predio cedido por el Municipio y acondicionado para tal fin. Muchos de ellos manifestaron que en la actualidad, al encontrarse en la vía pública, se acercan vendedores de distintos productos sin pedir permiso, lo que entorpece los acuerdos de precios y de productos ofrecidos.

Por otra parte, se observó que la mayoría de los feriantes son mujeres alcanzando el 65% del total. Este dato muestra la incorporación estratégica de las mujeres en las actividades comerciales de compra y venta, quién deja de pertenecer al

espacio doméstico exclusivamente y resignifica su lugar social irrumpiendo en la escena pública

Además, la Feria si bien está reglamentada a través de una Ordenanza Municipal, no cuenta con organizaciones de apoyo como la mayoría de las ferias de nuestro país. No fue promovida ni apoyada, ni por las autoridades municipales ni por ninguna organización o institución de la localidad. Si bien al comienzo fue la búsqueda de una salida concreta para un grupo importante de pequeños productores hortícolas, hoy se puede afirmar que se trata de una propuesta “desde abajo” que ha contribuido en la generación de ingresos de estos feriantes, en la mejora de su autoestima, en cambios en su forma de trabajo, y en la relación con el resto de la comunidad.

De esta forma, la “Feria Regional Barrio Bonacina” no es un evento particular sino que es un proceso, una construcción social y colectiva, donde cobra importancia el desarrollo territorial rural que genera la misma dado que motoriza el crecimiento económico del lugar y mejora las condiciones de vida de la comunidad. La Feria no es sólo una estrategia de comercialización para generar ingresos monetarios, sino que ayuda a construir cohesión social y territorial, desencadenando un proceso de aprendizaje (Rozenblum, 2014) e “*innovaciones discretas*” (Albaladejo, 2006) en el territorio. Este proceso genera por un lado, un espacio de encuentro entre los feriantes que afianza los vínculos entre ellos y el intercambio de saberes, y por el otro aprender haciendo e ir adquiriendo habilidades para el proceso de venta (como por ejemplo, organizarse, ponerse de acuerdo, preparar la mercadería, los puestos) para comunicarse e intercambiar experiencias.

La cohesión social y territorial generada por la “Feria Regional Barrio Bonacina” implica la integración social, cultural, económica e institucional del territorio, entendida como una construcción social del espacio que ocurre de forma colectiva entre los individuos e instituciones que se encuentran en el territorio y que establecen códigos de pertenecer a este. Esta integración, movilizada por el capital social de la comunidad, permite compartir un espacio de comercialización donde la mayor participación facilita mayor comunicación y aprendizaje. *“El puesto en la feria forma parte de esa otra economía en la cual comprar o vender implica enredarse, exige como afirma una de las feriantes ‘aprender a hablar’, comunicarse e intercambiar experiencias”* (García Guerreiro, 2008: 10)

Como se demostró en el trabajo, la “Feria Regional Barrio Bonacina” genera una dinámica territorial particular en el Partido de Villarino que no sólo favorece sino que también potencia nuevas acciones para un desarrollo local autogestionado. Esto se hace evidente en las réplicas de ferias de los pueblos vecinos del Partido que

surgieron en los últimos años. En este sentido, *“las ferias son un buen ejemplo de la difusión de conocimientos y de un modelo de organización exitosos”* (Nardi y Pereira, 2006: 59).

Sin embargo, es importante destacar la particularidad de cada territorio, debido a que no resulta posible aplicar modelos o replicar procesos exitosos dado que cada comunidad es “única” y va a requerir de estrategias específicas de los problemas y las necesidades que ese entramado socioinstitucional priorice en función de su historia y su presente (Rozenblum, 2014). Por lo tanto, existen distintas vías posibles de desarrollo, en las cuales los diferentes actores desempeñan funciones relevantes en cada territorio concreto (Albuquerque, 1997).

Por último, a los fines del presente trabajo, el estudio de las ferias, a través de la experiencia de la “Feria Regional Barrio Bonacina”, aporta al conocimiento de sus distintas dinámicas y procesos organizativos de acción colectiva, sus diferentes dimensiones sociales, económicas y territoriales, que facilitarán futuras acciones de intervención para lograr no sólo la permanencia de los pequeños productores dentro de sus sistemas productivos sino también la continuidad de territorios rurales vivos.

5. REFLEXIONES FINALES

Al momento de finalización de este trabajo, el día 11 de marzo de 2020 la OMS (Organización Mundial de la Salud) declaró pandemia global al COVID-19 (Coronavirus Disease- 2019), enfermedad transmitida por el virus SARS-CoV-2, que se inicia en la localidad de Wuhan (China) a partir de unos casos de neumonía grave (que necesitaban cuidados intensivos) declarados en diciembre de 2019.

Ante el brote de Coronavirus (COVID-19) a nivel nacional e internacional, y aún sin casos confirmados en el Partido de Villarino, el 14 de marzo el intendente Carlos Bevilacqua a través del Decreto Municipal N° 391/2020 expresa:

“En adhesión a los decretos provincial y nacional, ha establecido la suspensión de todos los actos y eventos masivos, sean públicos o privados, de carácter recreativo, cultural, artístico, deportivo y/o religioso, a los fines de evitar la propagación del virus hasta tanto la situación epidemiológica sea favorable para su realización, por el plazo de treinta (30) días corridos a partir de hoy. El decreto establece la suspensión por 30 días de la actividad de boliches bailables, confiterías, locales nocturnos, locales bailables y ferias e invita a los teatros, salas de juego, clubes, centros culturales, bares, cervecerías, restaurantes, establecimientos de culto y/o religiosos, a adoptar las recomendaciones efectuadas por el Ministerio de Salud de la Nación y el Ministerio de Salud de la Provincia, así como aquellas impartidas por la Secretaría de Salud del Municipio de Villarino”. (Decreto Municipal N° 391/2020, HCD Villarino)

Por lo tanto, tal como lo establece el mencionado decreto esta medida de aislamiento social, preventivo y obligatorio dictada por el gobierno nacional que implicó el cierre de todas las dependencias del Estado, los comercios no esenciales y entidades, entre otras; fue acatada por las distintas provincias y municipios del país, y prorrogada con el tiempo para evitar la circulación comunitaria del virus.

Frente a este nuevo escenario los feriantes de la “Feria Regional Barrio Bonacina” tuvieron que reinventarse, dado que este hecho mundial inesperado golpeó fuertemente sus economías. Si bien la Feria no representa el único ingreso de estos feriantes (dado que el 81% de los encuestados manifestó que complementa sus ingresos familiares) esto no implica que, en algunos casos, sea su mayor entrada de dinero y constituya un espacio fundamental para la generación de ingresos familiares permitiendo contar con efectivo durante todo el año.

Además, como se mencionó a lo largo del trabajo tanto los feriantes como los consumidores de la “Feria Regional Barrio Bonacina” trabajan en el cultivo de la cebolla, actividad que también se vio afectada debido a la medida de aislamiento social decretada en el Distrito de Villarino. Si bien la agricultura fue considerada como

actividad esencial, se observó una menor cantidad de personas trabajando en los campos principalmente por dos motivos. Por un lado, los cuadrilleros debían llevar menos cantidad de trabajadores por colectivo y por el otro, muchas de las personas que venían de otras partes del país por la temporada, no pudieron hacerlo²⁴.

Por lo tanto, muchos de los productores hortícolas que asistían de forma semanal a la Feria comenzaron a vender desde sus casas, utilizando las redes sociales para promocionar sus productos y ofrecerlos a los distintos habitantes de los pueblos. Entre los productos ofrecidos se pueden encontrar: brócoli, hinojo, tomate, coliflor, cherri, ajo, puerro, rúcula, batata, morrón, berenjena, zapallo, papa, cebolla, zanahoria, choclo, achicoria, remolacha, acelga, y frutas como mandarina, naranja, banana, manzana, pera, entre otros.

En este nuevo contexto, las familias de los productores hortícolas acondicionaron sus casas armando pequeñas verdulerías y comenzaron a vender sus productos todos los días de la semana. La lista de precios la envían por WhatsApp junto a fotografías de los productos ofrecidos, tomando pedidos por esta misma aplicación.

✓ ²⁴ TODO PROVINCIAL (2020, 2 de abril), "La cuarentena complica la descolada de la cebolla: "Hay producción que va a quedar en el campo". TODO PROVINCIAL. Disponible en: <https://www.todoprovincial.com/la-cuarentena-complica-la-descolada-de-la-cebolla-hay-produccion-que-va-a-quedar-en-el-campo/>

6. BIBLIOGRAFÍA

ABRAMOVAY, R. (2006), Para una Teoría de los estudios territoriales. En *Manzanal M., Neiman G. y Lattuada M.: Desarrollo Rural: organizaciones, instituciones y territorios*, Ediciones CICCUS, pp. 51-70.

ALBALADEJO C. (2004), Innovaciones discretas y reterritorialización de la actividad agropecuaria en Argentina, Brasil y Francia (trad. Isabelle Garma-Berman). En Albaladejo C. et Bustos Cara R. (eds.), *Desarrollo local y nuevas ruralidades en Argentina / Développement local et multifonctionnalité des territoires ruraux en Argentine*. UNS Departamento de Geografía / IRD UR102 / INRA SAD / Univ. Toulouse Le Mirail UMR Dynamiques Rurales, Bahía Blanca, Argentina, pp. 369-412.

ALBALADEJO, C. (2006), De la pampa agraria a la pampa rural: la desconstrucción de las "localidades" y la invención del "desarrollo rural local". En *Párrafos Geográficos*, Vol. 5, Nº 1, pp. 27-53.

ALBALADEJO, C., BUSTOS CARA, R. y GISCLARD M. (2014), Transformaciones de la actividad agropecuaria, de los territorios y de las políticas públicas: entrelazamientos de lógicas. *EDIUNS*. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, 540p.

ALBADALEJO, C, LORDA, A., y DUVERNOY, I (2001), Proximidad a la ciudad y/o proximidad a los mercados: dos contextos de oportunidades muy diferentes para la pequeña agricultura. El caso de los horticultores del SW bonaerense. Argentina. En *Revista universitaria de geografía*, Vol. 10, Nº 1 y 2, pp. 111-130.

ALBURQUERQUE L. F. (1997), Desarrollo económico local y distribución del progreso técnico: una respuesta a las exigencias del ajuste estructural. En *CEPAL, Cuadernos del ILPES* (Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social) Nº 43, Santiago de Chile, 132p.

ALCOBA, D., DUMRAUF, S. (compiladores) (2011), Agricultura familiar: del productor al consumidor. Apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la agricultura familiar en Argentina. *Ediciones INTA*, Buenos Aires, 1a. ed

AMEIGEIRAS, A. R. (2007), El abordaje etnográfico en la investigación social. En *Estrategias de Investigación cualitativa*, Vasilachis de Gialdino, Irene comp. Edit. Gedisa, Buenos Aires, pp. 107-149

ARROYO, D. (2006), Los ejes centrales del Desarrollo Local en Argentina. En *IX Seminario Internacional de la Red Iberoamericana de Investigaciones sobre Globalización y Territorio*, Bahía Blanca. 16 al 19 de mayo de 2006. Universidad Nacional del Sur, Departamento de Geografía y Turismo y Departamento de Economía, Bahía Blanca, Argentina, 462p.

BENENCIA, R. (2000). Argentina: la problemática social de la migración limítrofe. En *Comercio exterior*, 50 (3), pp. 251-257.

BENENCIA, R. (2004), Bolivianización de la horticultura en la Argentina. Procesos de migración transnacional y construcción de territorios productivos. En *Conferencia. Buenos Aires*, Instituto Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.

BENENCIA, R. (2005a), Redes sociales de migrantes limítrofes: lazos fuertes y lazos débiles en la conformación de mercados de trabajo hortícola (Argentina). En *ponencia presentada en el 7º Congreso Nacional de Estudios del Trabajo, Buenos Aires*, Vol. 10, 20p

BENENCIA, R. (2005b), Migración limítrofe y mercado de trabajo rural en la Argentina. Estrategias de familias bolivianas en la conformación de comunidades transnacionales. En *RELET-Revista Latinoamericana de Estudios del Trabajo*, Año 10, Nº 17, pp. 5-30.

BENENCIA, R. (2011), Los inmigrantes bolivianos, ¿ sujetos de agenda política en la Argentina?, En *Feldman-Bianco, Bela; Rivera Sánchez, Liliana; Stefoni, Carolina y Villa Martínez, Marta (Compiladoras). La construcción social del sujeto migrante en América latina: prácticas, representaciones y categorías*, Quito, FLACSO, pp. 283-307.

BENENCIA, R. (2012), Participación de los inmigrantes bolivianos en espacios específicos de la producción hortícola en la Argentina. *Migrations, Work and Agricultural Global Chains*. En *Política y sociedad*, Vol. 49, Nº 1, pp. 163-178.

BENENCIA, R. R., Y CANEVARO, S. (2017), Migración boliviana y negocios. De la discriminación a la aceptación. La Salada como fenómeno social. En *REMHU: Rev. Interdisciplinar da Mobilidade Humana*, Brasília, Vol. 25, Nº. 49, pp. 175-196

BENENCIA, R., y FLOOD, C. (2005), Trayectorias y contextos. Organizaciones rurales en la Argentina de los noventa. Ed. La Colmena, Buenos Aires, pp. 1-18.

BOURDIEU, P. (2011), Las Estrategias de la reproducción social (Selección de textos y traducción Alicia Beatriz Gutierrez, compilación autorizada por Jerome Bourdieu) Ed. Siglo Veintiuno editores. Buenos Aires.

BUSSO, M. (2010a), Crisis macroeconómicas y micro mundos del trabajo. La informalidad en Argentina en los últimos 20 años. En *VI Jornadas de Sociología de la UNLP 9 y 10 de diciembre de 2010 La Plata, Argentina*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología.

BUSSO, M. (2010b), Las ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización: Aportes para su estudio. En *Revista Trabajo y Sociedad*, Núm. 16, vol. XV.

BUSSO, M. (2011a), Las crisis y el trabajo atípico: Un estudio en ferias artesanales argentinas. En *Cuestiones de Sociología (7)*, pp. 153-165. En *Memoria Académica*.

BUSSO, M. (2011b), Cuando una crisis amenaza: un estudio sobre vivencias y percepciones de artesanos argentinos en períodos de crisis socioeconómicas. En *Ciências Sociais Unisinos*, São Leopoldo, Vol. 47, Nº 3, pp. 292-299.

BUSTOS CARA, R. (1999), Espacio-tiempo y territorio. En *Estudios Regionales interdisciplinarios*, EDIUNS-serie extensión, Bahía Blanca, Argentina, pp 67 a 83.

BUSTOS CARA, R. (2001a), Desafíos de la territorialidad local. Partido de Villarino: territorio local predominantemente rural. En *Revista Universitaria de Geografía*, Universidad Nacional del Sur (Bahía Blanca, Argentina), Vol. X, Nº 1 y 2, pp. 53-70.

BUSTOS CARA, R. (2001b), Los sistemas territoriales: los procesos de estructuración y desestructuración en Argentina. En *Anales de geografía Universidad Complutense*. Ed- Complutense. Madrid.

BUSTOS CARA, R. (2004), Patrimonialización de valores territoriales. Turismo, sistemas productivos y desarrollo local. En *Revista APORTES y Transferencias*,

Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Univ. Del Mar del Plata, Año 8, Vol. 2, pp. 11-24.

BUSTOS CARA, R. (2008), Teoría de la acción territorial. Acción turística y desarrollo. En *APORTES y Transferencias*, Año 12, Vol. 1, ISSN 0329-2045, pp. 87-104.

BUSTOS CARA, R. (2009), Por una geografía de la acción territorial. Propuesta de un marco teórico para interacción interdisciplinaria. En *Geografía, tradições e perspectivas Interdisciplinaridades, meio ambiente e representações*. Organizadores Amalia Ines Geraiges de Lemos Emerson Galvani. Ed. CLACSO (Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales), Bs. As y Expressão Popular San Pablo. pp 49-68.

BUSTOS CARA, R. (2013), Procesos de valorización territorial en contextos locales. (Teoría de la Acción Territorial y prácticas de intervención). En: *LADES (Laboratorio de proyectos territoriales para el desarrollo local) Desafíos e innovaciones para una nueva gestión territorial*.

BUSTOS CARA, R (2014), Territorio y desarrollo rural. En *Transformaciones de la actividad agropecuaria de los territorios y de las políticas públicas: entrelazamientos de lógicas*. EDIUNS. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, pp. 263-274.

CABALLERO, L., COLMANN, D., DUMRAUF, S., GOLSBERG, C., GONZALEZ, E., MAINELLA, M. F (2011) Del productor al consumidor apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la agricultura familiar en Argentina, Colección Agricultura Familiar Del CIPAF, 80.

CABALLERO, L., DUMRAUF, S., GONZÁLEZ, E., MAINELLA, F., Y MORICZ, M. (2011), Los procesos organizativos de la agricultura familiar y la creación de ferias y mercados de economía social. Publicado en *Otra Economía*, Volumen IV, Nº 7, pp. 26-41.

CABRERA, M. C., Y VIO, M. (Eds.) (2014), *La trama social de la economía popular*. Espacio Editorial. 340p

CÁCERES, D. (1995), Estrategias Campesinas en Sociedades Rurales Contemporáneas. En *Revista de la Facultad de Agronomía – Universidad Nacional de Buenos Aires*, 15 (1), pp. 67-72.

CÁCERES, D. (2003), El campesinado contemporáneo. En *R. Thornton y G. Cimadevilla (Ed) "La Extensión Rural en Debate. Concepciones, Retrospectivas, Cambios y Estrategias para el MERCOSUR"*. INTA: Buenos Aires. En prensa.

CARACCILO BASCO, M. (2012), Estudio de los consumidores de la feria de la agricultura familiar Manos de la Tierra. Aportes para la construcción de la Economía Social y Solidaria. IPAF Región Pampeana INTA. 1a ed., Buenos Aires, Ediciones INTA

CARACCILO BASCO, M. (2014), Construcción de tramas de valor y mercados solidarios. Programa de Economía Solidaria. *IDAES. Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires.*

CARACCILO B, M., Y FOTI, M. D. (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.*

CARBALLO GONZÁLEZ, C. (2007), Las Ferias Francas de Posadas (Misiones) la Seguridad Alimentaria. *6ta. Bienal Del Coloquio de transformaciones Territoriales.*

CARVAJAL BURBANO, A. (2009), ¿Modelos alternativos de desarrollo o modelos alternativos al desarrollo? Artículo Tipo 3. De reflexión; según clasificación de Colciencias. Este artículo se inscribe en el trabajo: *"Desarrollo y postdesarrollo: modelos y alternativas"*, publicado por la *Escuela de Trabajo Social y Desarrollo Humano de la Universidad del Valle, Cali, 2009. 19pp.*

CEVERIO R. y BRIEVA S. (2016), Políticas para la pequeña agricultura familiar en la Argentina: abriendo la caja negra de los canales cortos de distribución y comercialización de alimentos. En *Tecnologías para incluir. Ocho análisis socio-técnicos orientados al diseño estratégico de artefactos y normativas*. Lenguaje claro Editora, pp. 95-120.

CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) (2016), Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar. Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana. Naciones Unidas, Santiago, 285p

COLMAN, D. (2009), Las Ferias Francas, Una forma de comercialización de la agricultura familiar, IPAF NEA Junio 2009, Ediciones INTA.

CORAGGIO, J. L. (1998), El trabajo desde la perspectiva de la economía popular. En *Economía Popular: una nueva perspectiva para el desarrollo local*. Programa de Desarrollo Local, Cartilla N°1, Instituto del Conurbano-UNGS, San Miguel, Argentina

CORAGGIO, J. L. (2003), Las políticas públicas participativas: ¿obstáculo o requisito para el desarrollo local? En *II Seminario Nacional "Fortaleciendo la relación Estado-Sociedad Civil para el desarrollo local"*. Organizado por CENOC-CEDES- UNGS, Buenos Aires.

CORAGGIO, J. (2004), Contextualizar y problematizar las experiencias de desarrollo local y economía social. En *Encuentro Regional "Impacto de las alianzas en el desarrollo económico y social"*, organizado por el Programa FORTAL del IIED-AL. Buenos Aires, Argentina.

CORAGGIO, J. L. (2007a), Una perspectiva alternativa para la economía social: de la economía popular a la economía del trabajo. *Extrait des chapitres II et IV du livre Política social y economía del trabajo. Alternativas a la política neoliberal para la ciudad (UNGS/Miño and Dávila Editores, Buenos Aires, 1999)*.

CORAGGIO, J. L. (2007b), Desarrollo regional, espacio local y economía social. En *Seminario Internacional "Las regiones del siglo XXI. Entre la globalización y la democracia local"*, organizado por el Instituto Mora, México.

CORAGGIO, J. L. (2009), Territorio y economías alternativas. Ponencia presentada en el *I SEMINARIO INTERNACIONAL PLANIFICACIÓN REGIONAL PARA EL DESARROLLO NACIONAL. Visiones, desafíos y propuestas*, La Paz, Bolivia, 30-31 de julio de 2009.

CORAGGIO, J. L (2010), Pensar desde la perspectiva de la economía social. En Roberto Citadini et al, *Economía social y agricultura familiar. Hacia la construcción de nuevos paradigmas de intervención*. Ediciones INTA, Buenos Aires, pp 29-110.

CORAGGIO, J. L. (2013), Las tres corrientes de pensamiento y acción dentro del campo de la economía social y solidaria. En *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais (RBEUR)*, Volumen 15 N° 2, pp. 11-24.

CORAGGIO, J. (2015), Economía social y economía popular en América Latina. En *I Congreso de Pensamiento Latinoamericano, Asociación del Pensamiento Latinoamericano*, Buenos Aires, 25 de septiembre de 2015.

CRAVIOTTI, C., Y SOLENO, R. S. (2015), Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina. En *Mundo agrario*. Vol. 16, Nº 33.

CREMASCHI A, BRAVO M.L., y SCATTURICE D. (2013), La Feria Manos de la Tierra como canal alternativo, potencialidades y principales problemáticas. Estudio de caso de comercialización en el Cinturón Hortícola Platense. Departamento de Desarrollo Rural, Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, Universidad Nacional de La Plata.

ELVERDÍN, J., LEDESMA, S. E., ZAIN EL DIN, E., Y CITTADINI, E. (2014), Programa Nacional para el Desarrollo y la Sustentabilidad de los Territorios: Documento base y estructura organizativa. *Ediciones INTA, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina*.

ESCHENHAGEN, M. L. (2001), Argumentos para repensar el desarrollo. En *INNOVAR* Nº 17. Pp. Universidad Nacional de Colombia. FCE. Enero-Julio 2001. 109-122

FEITO, M. C. (2013), Migrantes bolivianos en el periurbano bonaerense. Memorias, producciones, trabajo y organizaciones. Buenos Aires: Ediciones INTA

FEITO, M. C. (2020), Comercialización de la agricultura familiar para el desarrollo rural: feria de la Universidad Nacional de La Matanza. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 58(1). e187384. Disponible en: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2020.187384>

FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, M. I. (2016), Experiencias de precariedad, creación de derechos y producción colectiva de bienestar(es) desde la economía popular. *Revista Ensamblés*, Año 3, Edición Doble Nº 4 y 5, pp. 72-89.

FERRARI, C., RODRÍGUEZ, V., SEBA, N., CARBALLO, C., BUNGE, M. M., Y BOUCAU, F. F. (2014), Experiencias y construcción de la “Feria del Productor al Consumidor” en la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires. *Jornadas “La viabilidad de los ‘inviabiles’*. *Estudios debates y experiencias sobre*

formas de producción alternativas al modelo concentrados en el agro” – 12 al 14 de noviembre de 2014- Universidad Nacional de Quilmes.

FORO DE ORGANIZACIONES NUCLEADAS DE LA AGRICULTURA FAMILIAR – FONAF. (2006). *Documento Base del FoNAF para implementar las políticas públicas del sector de la Agricultura Familiar.* Nota de presentación y documento elaborado por las organizaciones representativas del sector productor agropecuario familiar. 3, 4 y 5 de mayo, 2006. Mendoza.

FRITZCHE, F., KOHAN, G., Y VIO, M. (2004), Globalización: algunos debates sobre el proceso y el concepto desde América Latina. En *Realidad Económica Nº 208*, pp. 15-42.

GORENSTEIN, S. (2006), Dinámicas en una trama hortícola y efectos territoriales. El caso del Valle Bonaerense del Río Colorado. En *Revista interdisciplinaria de estudios agrarios, Nº24*, pp. 81-99.

GOLSBERG, C., y DUMRAUF, S. (2010), Las Ferias de la Agricultura Familiar en la Argentina. Comercialización y financiamiento. *Colección Agricultura Familia Nº 2.* CIPAF. INTA.

GARCIA GUERREIRO (2008), De resistencias, estrategias y alternativas: El caso de las ferias francas en Misiones. En *IX Congreso Argentino de Antropología Social, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales–Universidad Nacional de Misiones, Posadas.*

GIDDENS, A (1998), La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración. *Amorrortu Editores, Buenos Aires.* 412p.

GUTIERREZ, A. (2005), Las prácticas sociales: Una introducción a Pierre Bourdieu. *Ferreyra Editor. Córdoba*

HERNANDEZ SAMPIERI, R., COLLADO C. y BAPTISTA LUCIO P. (2008), Cap. 14: Recolección y análisis de los datos cualitativos en *Metodología de la Investigación.* Editorial Mc Graw Hill, México. 4ta edición, pp. 581-684

ICAZA, S., Y TIRIBIA, L. (2003), Economía popular. En *La otra economía,* Antonio David Cattani (Org.), Universidad Nacional de General Sarmiento, pp. 173-186.

INTA (2007), Enfoque de Desarrollo Territorial. Programa Nacional de Apoyo Al Desarrollo de Los Territorios. Documento de Trabajo N°, 1.

KLIKSBERG, B. (1999), Capital social y cultura, claves esenciales del desarrollo. *Revista de la CEPAL N° 69*.

LUCANERA G., CASTELLANO A. y BARBERO A., Banco de Datos Socioeconómicos de la zona de CORFO- Río Colorado. Estimación del producto bruto agropecuario regional, Universidad Nacional del Sur, Departamento de Economía, Bahía Blanca. Publicaciones anuales desde la Campaña 2009/2010 hasta la 2018/2019.

MANZANAL, M. (2007), Territorio, poder e instituciones, Una perspectiva crítica sobre la producción de territorio. En *Manzanal, Arzeno y Naussbaumer (Comps.), Territorios en construcción. Actores, tramas y gobiernos, entre la cooperación y el conflicto*. Ediciones CICCUS. Buenos Aires, 284p.

MARASCHIO, F. Y CASTRO G. (2016), La Feria Franca de Luján, un emprendimiento de la Agricultura Familiar y la Economía Social y Solidaria. En *Revista del Departamento de Ciencias Sociales*, Vol. 3 Nro. 1, pp. 176-199

MARIANO, M. (2015), Acerca de la identidad boliviana en Argentina. Un análisis de tres casos de estudio en la provincia de Buenos Aires, Argentina. *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, N° 22, Bogotá, pp. 45-64.

MAURICIO, B. (2009), Los Mercados Alternativos como Espacios de Inclusión Socioeconómica en el Territorio: El Caso de la Feria Comunitaria de Productores Agropecuarios y Artesanos de la Ciudad de Plottier, Provincia del Neuquén. (Tesis Magister en Desarrollo y Gestión Territorial, Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca). p. 198

MELUCCI, A. (1988), Las Teorías de los movimientos sociales. En *Revista Estudios políticos*, Vol. 5, N° 2, UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México),

MELUCCI, A. (1994), Asumir un compromiso: identidad y movilización en los movimientos sociales. En *Zona abierta*, (69), pp.153-180.

MELUCCI, A (1999), Acción colectiva, vida cotidiana y democracia. El Colegio de México, Capítulo 1, Teoría de la acción colectiva (pp. 25-54).

MELUCCI, A., Y MASSOLO, A. (1991), La acción colectiva como construcción social. En *Estudios sociológicos*, Vol. 9, Nº 26, pp. 357-364.

MENDICOA, G. (2004), El proceso de la investigación en *Manual Teórico-Práctico de Investigación Social*. Editorial Espacio, Buenos Aires, pp. 41-63

MENDIZABAL N. (2007), Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa en *Estrategias de Investigación cualitativa*, Vasilachis de Gialdino, Irene Comp, Edit Gedisa, Buenos Aires, pp- 65-105

NARDI, M. A., Y PEREIRA, S. (2002), Dinámicas territoriales y desarrollo rural en la Argentina: el Programa Social Agropecuario y las Ferias Francas en la provincia de Misiones. En *IV Coloquio sobre Transformaciones Territoriales. "Sociedad, Territorio y Sustentabilidad: Perspectivas desde el Desarrollo Regional y Local"*, Asociación de Universidades Grupo Montevideo-Universidad de la República, Montevideo, Uruguay, pp. 1-17

NARDI, M. A., Y PEREIRA, S. G. (2006), Proximidad territorial y desarrollo local-rural: las ferias francas de la Provincia de Misiones-Noroeste Argentino. *INTERAÇÕES. Revista Internacional de Desenvolvimento Local*. Vol. 8. Nº 13, 51-61.

NATERA, A. (2004), La noción de gobernanza como gestión pública participativa y reticular. *Documentos de Trabajo. Política y Gestión, Nº 2*. Universidad Carlos III de Madrid. Departamento de Ciencia Política y sociología. Área de Ciencia Política y de la Administración.

NATINZON P., VERÓN J., HAMDAN V, MEDIAVILLA M.C. y BISSO CASTRO V. (2009), Una construcción entre todos: "La Feria Verde de Mar del Plata". En *VI Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Buenos Aires, de 11 al 13 de noviembre de 2009*, pp- 1-16.

NEIMAN G. Y QUARANTA G. (2007), Los estudios de caso en la investigación sociológica en *Estrategias de Investigación cualitativa*, Vasilachis de Gialdino, Irene comp. Edi. Gedisa, Buenos Aires, pp 213-234.

PASTORE, R. (2006), Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social. *Buenos Aires, documento del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo, Facultad de Ciencias Económicas,*

Universidad de Buenos Aires. Recuperado de http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/docin/docin_cesot_054.pdf

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). *Jornadas Nacionales de Extensión Rural y VIII del Mercosur, Concordia.*

PEREZ A., GINOBILI, M. E. y GIMENEZ, M. (2006), Interculturalidad: desafíos y problemas que se imponen en el mundo de las migraciones bolivianas en el Partido de Villarino. En *IV Jornadas Interdisciplinarias del Sudoeste Bonaerense Universidad Nacional del Sur*, Bahía Blanca, Argentina 7, 8 y 9 de septiembre de 2006.

PICARDI, S., PÉREZ, A. y GIMÉNEZ, M. (2007), Migración boliviana, mercado de trabajo hortícola y desarrollo local. En *XI CONGRESO INTERNACIONAL SOBRE INTEGRACIÓN REGIONAL, FRONTERAS Y GLOBALIZACION EN EL CONTINENTE AMERICANO*, Medellín – Colombia Diciembre 2007

PINASSI, A. (2017). Patrimonio cultural, turismo y recreación. *El espacio vivido de los bahienses desde una perspectiva geográfica. 1ª ed- Bahía Blanca, Editorial de la Universidad Nacional del Sur, Ediuns.* Cap. II y III, pp. 65-118

PIZARRO, C. (2009a), Organizaciones de inmigrantes bolivianos en áreas peri-urbanas argentinas: entre la demanda contra discriminación y la reproducción de la subalternidad. En *Anales del Congreso de la Asociación de Estudios Latinoamericanos*, Río de Janeiro, Brasil, pp. 1-25.

PIZARRO, C. (2009b), Espacios socioculturales “bolivianos” trans-urbanos en el Área Metropolitana de Buenos Aires. En *Temas de Patrimonio cultural Nº 24: Buenos Aires Boliviana. Migración, construcciones identitarias y memoria.* 1a ed. Buenos Aires, pp- 37-52

RAZETO MIGLIARO, L. (2010), Desafíos y proyectos de la economía solidaria. En *Video-conferencia ofrecida en la Universidad Nacional del Litoral, Santa Fe, República Argentina, en el marco del II Foro de Economía Social.*

ROIG, A. (2015), Financiarización y derechos de los trabajadores de la economía popular. En el marco del Programa de Desigualdad y Democracia. Fundación Heinrich Böll.

ROZENBLUM, C. (2014), Una aproximación a la complejidad del territorio. Aportes metodológicos para el análisis y evaluación de procesos de Desarrollo Territorial. 1ª ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Ediciones INTA, 2014. E-book.

SCRIBANO, A. (2009), *Estudios sobre teoría social contemporánea: Bhaskar, Bourdieu, Giddens, Habermas y Melucci*. Ediciones Ciccus. Buenos Aires, 284p.

SCHNEIDER, S., Y PEYRÉ TARTARUGA, I. (2006), Territorio y enfoque territorial: de las referencias cognitivas a los aportes aplicados al análisis de los procesos sociales rurales. Trabajo publicado en libro de *Manzanal, Mabel; Neiman, Guillermo y Lattuada, Mario (Org.)*. *Desarrollo rural. Organizaciones, Instituciones y Territorio*. Buenos Aires. Ed. CICCUS, 2006, v., pp. 71-102

SILI, M. (2018), La acción territorial: una propuesta conceptual y metodológica para su análisis. En *Revista Brasileira Estudos Urbanos e Regionais*, Sao Paulo, Vol. 20, Nº 1, p. 11-31.

TERRADILLOS, S. y BUSTOS CARA, R. (2014), Vínculos sociales y estrategias de reproducción social en un mundo fragmentado: el caso del paraje Cuesta del Ternero (El Bolsón, Río Negro). Disponible en: *Transformaciones de la actividad agropecuaria de los territorios y de las políticas públicas: entrelazamientos de lógicas*. EDIUNS. Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca Pág. 137-153

TORREZ GALLARDO, M. (2011), Transformaciones socio-espaciales en Pedro Luro, vinculadas a las migraciones de las últimas décadas. Partido de Villarino. En *VIII Jornadas Patagónicas de Geografía*, Comodoro Rivadavia, del 13 al 16 de abril, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco.

TORREZ GALLARDO, M. (2016), Transformaciones socio-territoriales en el Valle Bonaerense del Río Colorado ligadas a procesos migratorios. En *Documentos de trabajo del CEISO Número 1, Bahía Blanca. PUBLICACIÓN ANUAL ISSN 2525 0922*, pp. 18-33

VASILACHIS DE GIALDINO, I. (2007), La investigación cualitativa en *Estrategias de investigación cualitativa*, Vasilachis de Gialdino, Irene Comp. Edit Gedisa, Buenos Aires, pp 23-60

YACUZZI, E. (2005), *El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación*. Universidad del CEMA, Buenos Aires, Argentina, pp. 1-37.

ZALLES CUETO, A. (2002), El enjambamiento cultural de los bolivianos en la Argentina. *Nueva Sociedad*, 178, pp. 89-103

ZUNINO, H. (2000), La “teoría de la estructuración” y los estudios urbanos. ¿Una aproximación innovadora para estudiar la transformación de ciudades? En “*SCRIPTA NOVA*” *Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona. Nº 69 (74).

OTRAS FUENTES CONSULTADAS

Banco de Datos Socioeconómicos de la zona de CORFO- Río Colorado, CORFO Río Colorado (Consulta en agosto de 2020). Disponible en: <https://corfo.gob.ar/>

Censo Nacional de Población y Vivienda, INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010, (Consulta Julio/agosto de 2019) Disponible en: <https://www.indec.gob.ar/>

Ministerio de Desarrollo Productivo (Consulta en 10 de julio de 2018). *Se duplicarán las ferias del Mercado en tu barrio en la Provincia de Buenos Aires*. Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/se-duplicaran-las-ferias-del-mercado-en-tu-barrio-en-la-provincia-de-buenos-aires>

Ordenanza Municipal Nº 2746/2014, HONORABLE CONSEJO DELIBERANTE VILLARINO, 8p.

Ordenanza Municipal Nº 3136/2018, HONORABLE CONSEJO DELIBERANTE VILLARINO, 6p.

ARTICULOS PERIODISTICOS

- ✓ BUSS, M. (2019, 28 de noviembre), “Cómo viven los bolivianos que escaparon de la pobreza y cosechan cebollas en el sur bonaerense”. *La Nación*. <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/como-viven-bolivianos-escaparon-pobreza-cosechan-cebollas-nid2306367>
- ✓ CORRADETTI, C. (2008, 20 de julio) “Mayor Buratovich, más allá de la cebolla”. *La Nueva Provincia*. <https://www.lanueva.com/nota/2008-7-20-9-0-0-mayor-buratovich-mas-alla-de-la-cebolla>
- ✓ CORRADETTI, C. (2010, 03 de octubre) “Ascasubi, Bolivia del Sur”. *La Nueva Provincia*. <https://www.lanueva.com/nota/2010-10-3-9-0-0-ascasubi-bolivia-al-sur>
- ✓ FUENTES, E. (2020, 11 de febrero), “Crisis hídrica: por las menores nevadas, alertan que en el sur bonaerense se perdió la mitad de la superficie productiva”. *Clarín*. https://www.clarin.com/rural/crisis-hidrica-menores-nevadas-alertan-sur-bonaerense-perdio-mitad-superficie-productiva_0_35hT-OOw.html
- ✓ INFOBAE (2020, 18 de febrero), “La crisis hídrica en el sur de Buenos Aires afecta a las producciones de la región”. *Infobae*. <https://www.infobae.com/campo/2020/02/18/la-crisis-hidrica-en-el-sur-de-buenos-aires-afecta-a-las-producciones-de-la-region/>
- ✓ INFOLURO (2017, 5 de mayo), “Asamblea general ordinaria <<Feria Regional Barrio Bonacina>>”. *Infoluro*. <https://www.infoluro.com/2017/05/asamblea-general-ordinaria-feria-regional-barrio-bonacina/>
- ✓ SCHWERDT, J. I. (2019, 30 de septiembre) “Crisis del Colorado: advierten que, por la escasez de agua para riego, cientos de familias sufrirán la falta de trabajo”. *La Nueva Provincia*. <https://www.lanueva.com/nota/2019-9-30-6-30-28-crisis-del-colorado-advierten-que-por-la-escasez-de-agua-para-riego-cientos-de-familias-sufriran-la-falta-de-trabajo>
- ✓ TODO PROVINCIAL (2020, 2 de abril), “La cuarentena complica la descolada de la cebolla: “Hay producción que va a quedar en el campo”. *Todo Provincial*. <https://www.todoprovincial.com/la-cuarentena-complica-la-descolada-de-la-cebolla-hay-produccion-que-va-a-quedar-en-el-campo/>

ANEXOS

ANEXO 1 – LISTADO DE ENTREVISTADOS

Nº ENTREVISTADO	INFORMANTES CLAVES	FECHA DE LA ENTREVISTA
ENTREVISTADO 1	Técnico INTA	24/07/2017 24/09/2019
ENTREVISTADO 2	Feriante y productora hortícola, origen boliviano	24/07/2019
ENTREVISTADO 3	Feriante y productor hortícola, origen boliviano	24/07/2019
ENTREVISTADO 4	Técnico INTA	11/04/2018
ENTREVISTADO 5	Concejal del Partido de Villarino	29/08/2018
ENTREVISTADO 6	Concejal del Partido de Villarino	29/08/2018
ENTREVISTADO 7	Concejal del Partido de Villarino	29/08/2018
ENTREVISTADO 8	Técnico INTA	11/04/2019 24/08/2020
ENTREVISTADO 9	Feriante y productora hortícola, origen boliviano	14/05/2019
ENTREVISTADO 10	Miembro Comisión de Feriantes	24/09/2019
ENTREVISTADO 11	Miembro Comisión de Feriantes	24/09/2019
ENTREVISTADO 12	Comerciante ubicado en la calle 5	15/03/2020
ENTREVISTADO 13	Comerciante ubicado en la calle 5	15/03/2020

ANEXO 2 - GUIAS DE ENTREVISTAS PARA INFORMANTES CLAVES

Guía de entrevista para Feriantes

- 1) ¿Desde cuándo es productor/a hortícola? Y feriante?
- 2) ¿Cómo surgió la decisión de participar en la “Feria Regional del Barrio Bonacina”?
- 3) ¿Dónde y cómo aprendió sobre la producción hortícola y su comercialización?
- 4) ¿Que produce en el campo? Cómo? Con quiénes?
- 5) ¿A quién le vende su producción? La venta la realiza solo o asociado con otro/s productor/es?
- 6) ¿Pertenece a alguna asociación?
- 7) ¿Cómo fija el precio de su producción?
- 8) ¿Tuvo dificultades en la Feria como mujer?
- 9) ¿Cuáles son los principales conflictos de la Feria?
- 10) ¿Usted es Miembro de la “Comisión de Feriantes”?
- 11) ¿Qué significa para Usted la Feria?
- 12) ¿Usted piensa que la “Feria Regional del Barrio Bonacina” contribuye al desarrollo de la localidad? ¿Y del Partido/región? ¿De qué forma?

Guía de entrevista para TÉCNICOS INTA

- 1) ¿Cómo conoció la “Feria Regional del Barrio Bonacina”? ¿Cuál es su vínculo con ella?
- 2) Respecto a los orígenes de la Feria en el año 2009, ¿cuál fue el rol del INTA?
- 3) ¿Realiza asesoramiento a los productores hortícolas y feriantes de la Feria?
- 4) ¿Qué experiencias positivas y negativas ha tenido en relación a los productores que participan en las ferias del distrito?
- 5) ¿Concurre a la Feria?
- 6) ¿Que significa para Usted la Feria?
- 7) ¿Usted piensa que la “Feria Regional del Barrio Bonacina” contribuye al desarrollo de la localidad? ¿Y del Partido/región? ¿De qué forma?

Guía de entrevista para COMERCIANTES

- 1) ¿Hace cuántos años tiene el negocio?
- 2) ¿Qué opina sobre la “Feria Regional del Barrio Bonacina”?
- 3) ¿Participa de ella? ¿Desde cuándo? ¿Se beneficia de la Feria?
- 4) ¿Está de acuerdo con el traslado de la Feria?
- 5) ¿Usted siempre abrió los domingos? ¿O fue a partir de la Feria?
- 6) ¿Usted piensa que la “Feria Regional del Barrio Bonacina” contribuye al desarrollo de la localidad? ¿Y del Partido/región? ¿De qué forma?

Guía de entrevista para MIEMBROS COMISIÓN DE FERIANTES

- 1) Respecto a los orígenes de la “Feria Regional del Barrio Bonacina, ¿ podría contarnos cómo surgió la misma?
- 2) ¿Cuál fue el rol del INTA respecto a la formación de la Feria?
- 3) ¿Cómo surge la “Comisión de Feriantes”?
- 4) ¿Cómo funciona la Comisión actualmente? ¿Cada cuánto tiempo se reúnen? ¿Quiénes participan de la misma? ¿Cada cuánto se renueva la misma?
- 5) ¿Cuánto cobran por cada puesto de feriante? ¿Para qué utilizan ese dinero?
- 6) ¿Qué opina del rol del Municipio?
- 7) ¿Cuáles son los principales conflictos de la Feria?
- 8) ¿Cuál es su opinión respecto al traslado de la Feria?
- 9) ¿Desde cuándo es feriante?
- 10) ¿Qué significa para Usted la Feria?
- 11) ¿Usted piensa que la “Feria Regional del Barrio Bonacina” contribuye al desarrollo de la localidad? ¿Y del Partido/región? ¿De qué forma?

Guía de entrevista para CONCEJALES DEL HCD VILLARINO

- 1) Respecto a los orígenes de la “Feria Regional del Barrio Bonacina, ¿ podría contarnos cómo surgió la misma?
- 2) ¿Cuál fue el rol del INTA respecto a la formación de la Feria?
- 3) ¿Cuál fue el rol del Municipio respecto a la formación de la Feria?
- 4) ¿Cuáles son los principales conflictos de la Feria?
- 5) ¿Cuál es su opinión respecto al traslado de la Feria?
- 6) ¿Concurre a la Feria?
- 7) ¿Qué significa para Usted la Feria?
- 8) ¿Usted piensa que la “Feria Regional del Barrio Bonacina” contribuye al desarrollo de la localidad? ¿Y del Partido/región? ¿De qué forma?

ANEXO 4– PROCESAMIENTO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A FERIANTES/PRODUCTORES

FERIA	Nº Feriante	Género	Edad	Residencia	Participación en la feria (Años)	Motivos de Ingreso	Productos que vende	Composición del puesto	La Feria, Único ingreso?	Otros Canales de comercialización	Testimonios
Calle 5 (1ª cuadra)	1	M	40-64	P. Luro	7	Interés particular	Indumentaria y alimentos (mercadería), indumentaria nueva	Solo/a	SI	NO	"Venden todos sin control, no hay control, no hay nada. Muchos vienen de afuera, más de 300 productores".
	2	M	40-64	P. Luro	<1	Necesidad	Verduras (producción propia) y frutas (reventa)	Familiar	SI	NO	
	3	M	40-64	P. Luro	<1	Necesidad	Frutas y verduras (reventa)	Solo/a	SI	NO	
	4	V	40-64	P. Luro	9	Necesidad	Bazar, regalería, calzado nuevo, regalería	Familiar	NO	NO	"Quedan muchos afuera, sólo quieren artesanos"
	5	M	40-64	H. Ascasubi	4	Necesidad	Calzado nuevo, bijouterie, indumentaria nueva	Solo/a	NO	Otras ferias	
	6	M	40-64	P. Luro	6	Necesidad	Indumentaria nueva	Familiar	NO	Vta. Directa	
	7	M	26-39	P. Luro	5	Necesidad	Comida (gastronomía)	Solo/a	SI	NO	"Aquí hay más movimiento pero sería lindo tener el puesto".
	8	M	18-25	P. Luro	5	Necesidad	Bijouterie	Familiar	NO	NO	"Domingo nadie trabaja y cobran, por eso la feria". "No hay apoyo de la municipalidad. Tiene personería jurídica, se organizan solos".
	9	M	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Frutas y verduras (reventa)	Asociativo	NO	Local propio	
	10	M	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Calzado nuevo, indumentaria nueva	Familiar	NO	NO	
	11	V	NC	NC	NC	NC	NC	Familiar			
	12	M	26-39	P. Luro	1	Necesidad	Productos de aseo personal, calzado nuevo, indumentaria nueva	Solo/a	SI	NO	
	13	M	26-39	M. Buratovich	5	Necesidad	Calzado nuevo, indumentaria nueva	Solo/a	NO	Local propio	
	14	M	26-39	P. Luro	9	Necesidad	Bijouterie, indumentaria nueva	Solo/a	SI	NO	
	15	V	26-39	P. Luro	1	NC	Alimentos (mercadería)	Solo/a	NO		
	16	M	26-39	P. Luro	3	Necesidad	Alimentos (mercadería)	Familiar	NO	Local propio	
	17	V	40-64	Pradere	7	NC	Verduras (producción propia) y frutas (reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	
	18	V	40-64	P. Luro	5	Necesidad	Productos de aseo personal, de limpieza	Familiar	NO	NO	"Es muy lindo esto. A mi me gusta esto. Haces amistades, me encanta, me gusta. Progreso en los pueblos. El pueblo crece, eso es bueno para los pueblos. Diversión, aburrido en la semana".
	19	M	40-64	P. Luro	3	Necesidad	Plantas	Familiar	NO	NO	
	20	M	40-64	P. Luro	2	Necesidad	Frutas (reventa)	Solo/a	SI	NO	
	21	M	40-64	P. Luro	2	Necesidad	Comida (gastronomía), indumentaria nueva	Familiar	NO	Local propio	
	22	M	40-64	P. Luro	4	NC	Espicias (condimentos), bazar	Familiar	NO	NO	
	23	V	40-64	P. Luro	9	Necesidad	Comida (gastronomía)	Familiar	SI		
	24	V	40-64	P. Luro	5	NC	Frutas y verduras (reventa)	Solo/a	NO	Mercado	
	25	V	26-39	P. Luro	10	Necesidad	Comida (gastronomía), indumentaria nueva	Familiar	SI	NO	
	26	M	26-39	P. Luro	9	NC	Comida (gastronomía)	Familiar	SI	NO	
	27	M	40-64	P. Luro	7	Necesidad	Comida (gastronomía)	Familiar	SI		
	28	V	26-39	P. Luro	5	Necesidad	Productos de limpieza, Especies (condimentos), calzado nuevo, bazar	Familiar	NO	Local propio	
	29	M	40-64	P. Luro	10	NC	Comida (gastronomía)	Solo/a	SI	NO	
	30	V	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Verduras (producción propia)	Familiar	NO	NO	

FERIA	Nº Feriante	Género	Edad	Residencia	Participación en la feria (Años)	Motivos de Ingreso	Productos que vende	Composición del puesto	La Feria, único ingreso?	Otros Canales de comercialización	Testimonios
Calle 5 (2ª cuadra)	31	M	65 o más	P. Luro	9	Necesidad	Espicias (condimentos), Bijouterie, indumentaria nueva	Familiar	NO	NO	
	32	V	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Calzado nuevo, indumentaria nueva	Familiar	SI		
	33	M	40-64	P. Luro	10	NC	Productos de aseo personal, alimentos (mercadería), Bijouterie, huevos	Familiar	SI		
	34	V	26-39	P. Luro	8	Interés particular	indumentaria nueva	Familiar	NO	Local propio	Tienda y puesto sobre la misma calle.
	35	M	26-39	P. Luro	4	Interés particular	Juguetería	Familiar	NO	Local propio	Tienda y puesto sobre la misma calle.
	36	M	40-64	P. Luro	<1	Necesidad	Comida (gastronomía)	Solo/a	NO		
	37	M	18-25	P. Luro	10	Interés particular	Espicias (condimentos), alimentos (mercadería), bazar, indumentaria nueva	Familiar	NO	Local propio	Tienda y puesto sobre la misma calle.
	38	M	26-39	P. Luro	5	Necesidad	Huevos, frutas (reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	
	39	M	NC	P. Luro	10	Necesidad	Comida (gastronomía), bazar	Familiar	NO		
	40	V	40-64	Bahía Blanca	2	NC	Bazar, indumentaria nueva	Solo/a	SI		
	41	V	NC	P. Luro	10	Fundador/a		Familiar	NO	Local propio	Tienda y puesto sobre la misma calle.
	42	M	40-64	P. Luro	10	Fundador/a	Juguetería, indumentaria nueva	Solo/a	SI		
	43	M	40-64	P. Luro	8	NC	Electrónica/chiflería, bazar, indumentaria nueva	Asociativo	SI	NO	
	44	M	18-25	P. Luro	2	NC	Lanas, bazar	Solo/a	SI	NO	
	45	V	NC	P. Luro	6	Necesidad	Verduras (producción propia) y frutas (reventa)	Familiar	NO	Mercado, vta. Directa	"Precio porcentage lo que vale en el mercado. Of/DDA"
	46	M	18-25	P. Luro	4	Necesidad	Helados	Familiar	NO	Local propio	Tienen heladería en el pueblo.
	47	M	26-39	P. Luro	7	Necesidad	Calzado nuevo, indumentaria nueva	Familiar	SI	NO	
	48	M	26-39	P. Luro	8	Necesidad	Comida (gastronomía)	Solo/a	NO	NO	
	49	M	NC	NC	<1	NC	NC	NC	NC	NC	
	50	M	NC	P. Luro	10	NC	Comida (gastronomía)	Familiar	SI	NO	
	51	M	NC	P. Luro	2	NC	Plantas, verduras (producción propia)	Familiar	SI		
	52	M	40-64	P. Luro	3	NC	Productos de limpieza, alimentos (mercadería)	Familiar	SI	NO	
	53	M	NC	P. Luro	1	NC	Alimentos (mercadería)	Asociativo	SI	NO	
	54	M	40-64	P. Luro	6	NC	Verduras (producción propia) y frutas (reventa)	Familiar	NO	NO	
	55	M	40-64	P. Luro	4	NC	Comida (gastronomía)	Familiar	NO	NO	
	56	M	40-64	P. Luro	6	Necesidad	Ferretería	Familiar	SI	NO	
	57	M	40-64	H. Ascasubi	5	Necesidad	Plantas	Familiar	NO	NO	"No es sólo el trabajo, es el ingreso para la casa". "En el centro está más caro". "Trabajo para la gente que tiene problemas de salud. Buscan la forma de hacer algo, medio para un ingreso para la casa". "Con lo que vendo hoy, el próximo domingo compro carne, verdura, huevos".
	58	V	26-39	P. Luro	<1	Necesidad	Verduras (reventa)	Asociativo	SI	NO	
	59	V	40-64	P. Luro	7	Interés particular	Peluquería, juguetería	Familiar	NO	Vta. Directa	"Costumbre del norte. Existe la feria pero más organizada". "Si no vnís, perdes el espacio". "NO hay límite de edad para trabajar en la feria". "Salida laboral, ayuda económica los fines de semana".
	60	M	26-39	Pradere	7	Necesidad	Juguetería, plantas	Familiar	NO	Vta. Directa	"Tengo que renegar, el dueño no quiere porque estoy en la entrada".

FERIA	Nº Feriante	Género	Edad	Residencia	Participación en la feria (Años)	Motivos de Ingreso	Productos que vende	Composición del puesto	La Feria, único ingreso?	Otros Canales de comercialización	Testimonios
Calle 5 (3º cuadra)	61	M	26-39	Pradere	6	Interés particular	indumentaria nueva, plantas	Familiar	NO	Vta. Directa	
	62	M	40-64	Bahía Blanca	10	Necesidad	Alimentos (mercadería), calzado usado, juguetería, indumentaria usada	Familiar	NO	NO	
	63	M	40-64	Pradere	4	Necesidad	indumentaria nueva	Solo/a	SI	NO	
	64	V	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC	
	65	M	40-64	P. Luro	5	Fundador/a	Calzado nuevo, indumentaria usada	Solo/a	SI	NO	
	66	M	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Verduras y frutas (reventa)	Familiar	NO	NO	<i>Origen feria: "cebolla con pico de agua, no se podía trabajar. Vendían pan casero."</i>
	67	V	40-64	P. Luro	7	Fundador/a	Verduras (producción propia) y frutas (reventa)	Familiar	NO	NO	
	68	V	65 o más	Pradere	10	Fundador/a	Alimentos (mercadería), Verduras (reventa)	Familiar	SI	NO	<i>"Otra cosa no hay. Estamos acostumbrados a vender"</i>
	69	M	40-64	Pradere	5	Problema verdura	Comida (gastronomía), verduras (producción propia)	Solo/a	NO	NO	<i>Origen feria: "La verdura en el campo se pasaba".</i>
	70	M	18-25	P. Luro	<1	Necesidad	Juguetería, verduras y frutas (reventa)	Familiar	SI	NO	
	71	M	40-64	P. Luro	5	Necesidad	indumentaria nueva	Solo/a	SI	NO	
	72	M	26-39	M. Buratovich	10	Necesidad	Productos de aseo personal, calzado nuevo, indumentaria nueva	Solo/a	NO	NO	
	73	M	26-39	P. Luro	7	Necesidad	Verduras y frutas (reventa)	Solo/a	NO	NO	<i>"Es una fuente de trabajo"</i>
	74	V	40-64	H. Ascasubi	5	Necesidad	Calzado nuevo, regalería	Solo/a	NO	Local propio	<i>"La feria es una fuente de trabajo, compras lo que es legal. Forma de crecer, fuente de trabajo que lo crea la gente, se crea solo. La feria está abierta para cualquiera".</i>
	75	M	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Productos de aseo personal, comida (gastronomía), indumentaria nueva	Familiar	NO	NO	
	76	V	26-39	P. Luro	10	Necesidad	Espicias (condimentos), bijouterie, juguetería, indumentaria nueva	Familiar	NO	Local propio	
	77	V	40-64	H. Ascasubi	4	Interés particular	indumentaria nueva	Familiar	NO	Local propio	<i>"Se vende mucho en temporada, desde enero/febrero hasta junio/julio. Los domingos son aburridos".</i>
	78	V	65 o más	P. Luro	5	Interés particular	Productos de limpieza, alimentos (mercadería)	Familiar	NO	Local propio	<i>Tienda y puesto sobre la misma calle.</i>
	79	V	26-39	P. Luro	1	Necesidad	Calzado nuevo, plantas	Familiar	NO	NO	<i>"Buscando otra salida. Falta de plata".</i>
	80	V	65 o más	P. Luro	<1	Interés particular	Alimentos (mercadería)	Solo/a	NO	Local propio	<i>Tienda y puesto sobre la misma calle.</i>
	81	M	40-64	Bahía Blanca	<1	Necesidad	Indumentaria nueva y usada	Solo/a	NO	Otras ferias	
	82	V	26-39	H. Ascasubi	4	Necesidad	Juguetería	Familiar	NO	NO	
	83	M	40-64	Bahía Blanca	10	Necesidad	Calzado nuevo y usado	Familiar	NO	NO	
	84	M	18-25	P. Luro	10	Fundador/a	Juguetería	Familiar	NO	NO	
	85	M	26-39	P. Luro	5	Interés particular	Alimentos (mercadería), huevos	Familiar	NO	Local propio	<i>Tienda y puesto sobre la misma calle.</i>
	86	M	40-64	Bahía Blanca	5	Interés particular	Indumentaria usada	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	87	M	40-64	Bahía Blanca	10	Necesidad	Calzado nuevo y usado	Familiar	SI	NO	
	88	M	40-64	P. Luro	8	Necesidad	Productos de aseo personal, bijouterie, indumentaria nueva	Solo/a	NO	Vta. Directa	
89	M	40-64	P. Luro	3	Necesidad	Calzado nuevo, bazar	Familiar	NO	NO		
90	V	40-64	P. Luro	2	Necesidad	Comida (gastronomía)	Familiar	NO	NO		
91	M	40-64	H. Ascasubi	6	Fundador/a	Verduras (producción propia y reventa) y frutas (reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa		

FERIA	Nº Feriante	Género	Edad	Residencia	Participación en la feria (Años)	Motivos de Ingreso	Productos que vende	Composición del puesto	La Feria, único ingreso?	Otros Canales de comercialización	Testimonios
Calle 8	93	M	40-64	M. Buratovich	<1	Necesidad	Comida (gastronomía)	Familiar	NO	Vta. Directa	"Probar otra salida"
	94	M	40-64	P. Luro	<1	Necesidad	Verduras (producción propia y reventa) y frutas (reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	
	95	M	40-64	P. Luro	7	Necesidad	Herramientas usadas, idumentaria usada	Familiar	NO	NO	
	96	V	26-39	P. Luro	<1	Problema verdura	Verduras (producción propia)	Solo/a	NO	Mercado, vta. Directa	"Quedan pocas bolsas y hay que vender".
	97	M	40-64	P. Luro	1	Necesidad	Comida (gastronomía)	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	98	M	26-39	P. Luro	3	Problema verdura	Verduras (Producción propia y reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	"Siempre debe haber un acuerdo. Por ahí vendés más barato y se enojan".
	99	M	40-64	P. Luro	4	Necesidad	Artesanías, productos de limpieza	Familiar	NO	NO	
	100	M	26-39	M. Buratovich	1	Problema verdura	Verduras (producción propia) y frutas (reventa)	Familiar	NO	NO	
	101	V	40-64	Pradere	2	Problema verdura	Huevos, verduras (producción propia)	Familiar	SI	NO	"En el campo no se vende".
	102	V	40-64	P. Luro	<1	Necesidad	Productos de aseo personal, herramientas	Familiar	NO	Vta. Directa	
	103	V	40-64	P. Luro	<1	Necesidad	Verduras (reventa)	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	104	M	26-39	P. Luro	5	Problema verdura	Verduras (producción propia y reventa) y frutas (reventa)	Familiar	NO	Mercado, vta. Directa	"Sacar un poco más".
	105	M	26-39	P. Luro	3	Problema verdura	Verduras (producción propia) y frutas (reventa)	Familiar	NO	Mercado	"Se vende bien, sacas más de lo que mandas a Bahía Blanca".
	106	V	26-39	P. Luro	2	Necesidad	Comida (gastronomía)	Familiar	NO	Vta. Directa	
	107	M	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC	NC	
	108	M	40-64	P. Luro	10	Problema verdura	Verduras (producción propia y reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	"Que la verdura no se quede en el campo, que salga"
	109	V	40-64	P. Luro	6	Interés particular	Artesanías	Solo/a	NO	Local propio	
	110	M	40-64	P. Luro	8	Necesidad	Productos de limpieza, alimentos (mercadería), huevos, verduras (reventa)	Familiar	NO	Local propio	"Nos gusta, es nuestra raíces".
	111	V	40-64	P. Luro	2	Necesidad	Verduras y frutas (reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	
	112	M	40-64	P. Luro	7	Necesidad	Verduras (producción propia) y frutas (reventa)	Familiar	NO	NO	
	113	M	26-39	P. Luro	<1	Interés particular	Electrónica/chiflería, indumentaria nueva y usada	Solo/a	NO	NO	
	114	M	40-64	Patagones	<1	Necesidad	Herramientas usadas, idumentaria usada	Familiar	SI	NO	
	115	V	65 o más	M. Buratovich	5	Necesidad	Bazar	Familiar	NO	NO	
	116	M	18-25	P. Luro	2	Necesidad		Solo/a	NO	Vta. Directa	
	117	V	40-64	Bahía Blanca	7	Necesidad	Calzado usado, indumentaria usada	Familiar	NO	Otras ferias	
	118	V	40-64	P. Luro	5	Problema verdura	Verduras y frutas (producción propia)	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	119	V	40-64	M. Buratovich	10	Problema verdura	Verduras (producción propia y reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	"No sabemos donde vender, no producimos en cantidad para el mercado". "Mirar mercado y conocido por caja cerrada".
	120	M	26-39	P. Luro	2	Necesidad	Comida (gastronomía)	Familiar	NO	NO	
	121	V	40-64	M. Buratovich	10	Problema verdura	Verduras y frutas (producción propia)	Familiar	NO	Vta. Directa	
	122	M	65 o más	H. Ascasubi	3	Necesidad	Verduras (producción propia y reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	
123	M	40-64	P. Luro	1	Necesidad	Indumentaria nueva y usada	Solo/a	NO	NO		
124	V	40-64	P. Luro	3	Necesidad	Verduras (producción propia) y frutas (reventa)	Solo/a	NO	Vta. Directa	"Le sirve a todos esto. Es una ayuda esto. Es una posibilidad para salir uno. Es una ayuda, no es para hacer plata sino para salvar el puchero".	
125	V	18-25	P. Luro	<1	Interés particular	Frutas (reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa		
126	M	40-64	H. Ascasubi	9	Necesidad	Verduras y frutas (reventa)	Familiar	NO	Local propio		
127	V	40-64	P. Luro	4	Necesidad	Verduras (producción propia)	Familiar	NO	Vta. Directa		
128	V	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Verduras (producción propia)	Familiar	NO	Vta. Directa		
129	V	26-39	P. Luro	3	Necesidad	Productos de limpieza, alimentos (mercadería)	Familiar	NO	Local propio		
130	V	40-64	P. Luro	10	Problema verdura	Verduras y frutas (producción propia)	Familiar	NO	Mercado, vta. Directa		

FERIA	Nº Feriante	Género	Edad	Residencia	Participación en la feria (Años)	Motivos de Ingreso	Productos que vende	Composición del puesto	La Feria, único ingreso?	Otros Canales de comercialización	Testimonios
Calle 8	131	M	40-64	Bahía Blanca	5	Necesidad	Productos de aseo personal, indumentaria usada	Solo/a	NO	NO	
	132	M	40-64	P. Luro	1	Necesidad	Verduras y frutas (reventa)	Familiar	NO	NO	
	133	M	40-64	P. Luro	6	Necesidad	indumentaria nueva	Familiar	NO	NO	
	134	M	40-64	P. Luro	10	Necesidad	indumentaria usada	Solo/a	NO	NO	
	135	V	40-64	P. Luro	8	Necesidad	Productos de limpieza	Familiar	NO	NO	
	136	M	26-39	P. Luro	<1	Necesidad	Huevos, Verduras y frutas (reventa)	Familiar	NO		
	137	M	26-39	P. Luro	2	Necesidad	indumentaria usada, plantas	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	138	M	26-39	P. Luro	3	Necesidad	indumentaria nueva	Familiar	NO	NO	
	139	M	40-64	Bahía Blanca	10	Necesidad	Calzado usado, indumentaria usada	Solo/a	SI	NO	
	140	M	40-64	H. Ascasubi	4	Necesidad	Indumentaria usada, verduras (reventa)	Familiar	NO	NO	
	141	M	40-64	P. Luro	4	Necesidad	indumentaria nueva	Familiar	NO	NO	"Es un medio de trabajo, donde podemos un poco trabajar y un poco sociabilizar".
	142	M	40-64	P. Luro	6	Necesidad	Indumentaria usada	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	143	V	40-64	P. Luro	10	Fundador/a	Comida (gastronomía)	Solo/a	NO	NO	
	144	V	26-39	P. Luro	10	Necesidad	Verduras y frutas (reventa)	Familiar	NO	NO	
	145	M	26-39	P. Luro	2	Necesidad	Productos de limpieza, alimentos (mercadería)	Familiar	NO	Local propio	
	146	M	40-64	P. Luro	2	Necesidad	Bazar, plantas	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	147	M	26-39	P. Luro	2	Necesidad	Productos de aseo personal, bazar	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	148	M	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Verduras y frutas (reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	
	149	V	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Comida (gastronomía)	Familiar	NO	NO	
	150	M	26-39	P. Luro	10	Necesidad	Calzado nuevo y usado	Familiar	NO	NO	
151	V	40-64	M. Buratovich	2	Necesidad	Verduras y Frutas (producción propia y reventa)	Familiar	NO	Vta. Directa	"Hay mucha competencia de precios. No hay quién regula el precio". "Otro ingreso, poquito. Para comer queda más que todo".	
152	M	40-64	P. Luro	2	Necesidad	Verduras y frutas (reventa)	Familiar	NO	NO		
153	M	40-64	P. Luro	1	Necesidad	Comida (gastronomía), indumentaria nueva y usada	Solo/a	NO	Vta. Directa		
154	V	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Electrónica/chiflería, regalería	Familiar	NO	Local propio		
155	V	26-39	M. Buratovich	1	Necesidad	Calzado Nuevo, indumentaria nueva	Familiar	NO	Local propio	"La vida a los pueblos se las da las ferias. Hay vida, hay entrada y salida. Se puede generar más plata. Le da vida, movimiento diferente. Te da vida". "Falta organización, algún tipo de organización o algo que diga los domingos en Luro, los viernes en Ascasubi, y así".	
156	V	26-39	P. Luro	5	Problema verdura	Verduras y Frutas (producción propia y reventa)	Familiar	NO	NO	"No hay valor en los mercados". "El precio lo fija el mercado. Si es mala vendes más barato. Si es buena lo podés pelear, defender". "Defender nuestra mercadería". "No existe acuerdo de precios, mucha competencia". A la mañana bien temprano vendes por bulto o cajón, y después por kilo".	
157	M	26-39	H. Ascasubi	4	Necesidad	Indumentaria usada	Familiar	NO	Otras ferias	Otra salida, otro ingreso. "Ahora hay mucha competencia".	
158	V	26-39	H. Ascasubi	1	Necesidad	Verduras (producción propia)	Familiar	NO	Mercado, vta. Directa	"Aprovechar la oportunidad para poder vender algo. Aprovechar que hay feria y se vende más". "Es grande, hay variedad de todo". "No hay precio fijo. Cuanto está vendiendo la mayoría".	

FERIA	Nº Feriante	Género	Edad	Residencia	Participación en la feria (Años)	Motivos de Ingreso	Productos que vende	Composición del puesto	La Feria, único ingreso?	Otros Canales de comercialización	Testimonios
Calle 8	159	M	18-25	H. Ascasubi	5	Necesidad	Indumentaria usada	Familiar	NO	Vta. Directa	"Compra gente de Luro. Más barato, la verdura principalmente. Diferencia de 5 pesos en la verdura, vas sumando y se nota".
	160	V	26-39	P. Luro	1	Necesidad	indumentaria nueva	Solo/a	NO	Vta. Directa	"Otro ingreso, todos venden". "Más que todo gente de campo, gente trabajadora te compra".
	161	M	40-64	P. Luro	7	Necesidad	Verdura (producción propia y reventa)	Familiar	NO	Mercado	"Otro ingreso, como todos vendían acá". "Vienen de ascasubi, de todos lados. Es más barato". "No hay precio fijo".
	162	M	18-25	P. Luro	10	Necesidad	Verduras (producción propia)	Familiar	NO	Mercado, vta. Directa	"El precio se fija en el mercado. Muchos verduleros vienen a comprar acá". "Vienen de Luro, Ascasubi, Bahía Blanca y Viedma. Es fresca la verdura. En Viedma es mucho más cara".
	163	V	26-39	P. Luro	1	Necesidad	Comida (gastronomía)	Solo/a	NO	NO	"Unos pesitos más, otro ingreso. Un extra como quién dice".
	164	V	40-64	P. Luro	10	Necesidad	Verduras (producción propia)	Familiar	NO	Vta. Directa	"Estamos en una feria, no puedes arrancar la cabeza. Tampoco las cosas regaladas". "Los paisanos organizaron la feria, no existía". "Verdura más fresquita". "Uno se emociona y hay más movimiento". "Toda la semana uno trabaja, y el domingo sale al pueblo".
	165	M	26-39	P. Luro	2	Necesidad	indumentaria nueva	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	166	M	26-39	P. Luro	7	Necesidad	Indumentaria usada	Solo/a	NO	NO	
	167	M	40-64	P. Luro	8	Necesidad	Indumentaria usada	Familiar	NO	Vta. Directa	
	168	V	40-64	Bahía Blanca	10	Necesidad	Calzado usado, indumentaria usada	Familiar	NO	NO	
	169	M	26-39	Pradere	4	Necesidad	Plantas	Familiar	NO	Vta. Directa	
	170	V	26-39	P. Luro	7	Necesidad	Verduras (producción propia)	Familiar	NO	Mercado	"Entrega del campo a Bahía". "Precio por grupo de whatsApp entre paperos. Si hay mucha papa, baja el precio mucho. Cada uno vende al precio que le parece". "Mucha gente de Bahía Blanca, Ascasubi, Burato, Pradere. Gente que viene a trabajar por la temporada, norteros. Ellos trabajan y compran. Gente del norte". "Es mejor producirla y venderla directamente". 30% pcc al dueño del campo. Campo en condiciones y paga el agua
	171	M	40-64	P. Luro	5	Necesidad	Verduras (producción propia) y Frutas (producción propia y reventa)	Familiar	NO	NO	
	172	V	26-39	P. Luro	2	Necesidad	Indumentaria usada	Familiar	NO	Vta. Directa	"Se baja el precio para poder vender". "Gente que viene a trabajar, de todo tipo". "Cuando está la temporada, se vende. De agosto hasta diciembre, malaria terrible, no tenes temporada, no tenes nada. Hasta diciembre es complicado".

FERIA	Nº Feriante	Género	Edad	Residencia	Participación en la feria (Años)	Motivos de Ingreso	Productos que vende	Composición del puesto	La Feria, único ingreso?	Otros Canales de comercialización	Testimonios
Calle 8	173	M	40-64	P. Luro	6	Necesidad	Calzado usado, indumentaria usada	Familiar	NO	NO	
	174	M	40-64	Pradere	5	Problema verdura	Huevos, verduras y frutas (producción propia)	Familiar	NO	NO	"Si tenés poca mercadería, no van los compradores al campo. La verdura se queda en el campo. Somos pequeños productores, 2/3 surcos por cada verdura". "Ya somos grandes y no podemos seguir en la cebolla".
	175	V	40-64	P. Luro	<1	Necesidad	Verduras (producción propia)	Solo/a	NO	Mercado	
	176	M	18-25	Bahía Blanca	<1	Necesidad	indumentaria nueva	Solo/a	NO	Otras ferias	
	177	M	40-64	P. Luro	5	Interés particular	Muebles, indumentaria nueva y usada	Solo/a	NO	NO	
	178	M	26-39	P. Luro	10	Necesidad	Productos de aseo personal, indumentaria nueva	Solo/a	NO	Vta. Directa	
	179	V	40-64	Bahía Blanca	5	Necesidad	Electrónica/chiflería	Familiar	NO	Vta. Directa	Vive de eso, más pensión, más discapacidad. "Acá es una colectividad boliviana, es de ellos". "Hay muy buenos precios". "Están los que siembran y manejan el precio, y los que compran y revenden tienen otro precio".
	180	V	NC	NC	NC	NC	Electrónica/chiflería	NC	NC	NC	

ANEXO 5 – ENCUESTA DIRIGIDAS A CONSUMIDORES

1) RESIDENCIA DEL COMPRADOR

- Mismo barrio
- Pedro Luro
- Otra localidad _____

2) PRINCIPALES PRODUCTOS COMPRADOS:

VERDURAS	
FRUTAS	
HUEVOS	
INDUMENTARIA	
BAZAR	
PRODUCTOS DE ALMACÉN	
PRODUCTOS DE LIMPIEZA	
PLANTAS/FLORES	
ALIMENTOS ELABORADOS	
OTROS PRODUCTOS	

3) ¿CON QUÉ FRECUENCIA COMPRA EN LA FERIA?

- ✓ Ocasionalmente
- ✓ Todos los domingos

4) PRODUCTOS REQUERIDOS QUE NO SE ENCUENTRAN EN LA FERIA:

5) ¿CUÁNDO NO VA A LA FERIA, DÓNDE COMPRA?

6) MOTIVOS/RAZONES QUE LO LLEVAN A COMPRAR EN LA FERIA:

PRODUCTOS NATURALES	
PRODUCTOS FRESCOS	
PRODUCTOS QUE NO ENCUENTRAN EN OTROS LUGARES	
PRECIO	
PASEO	
AMBIENTE DE MERCADO	
CHARLAR CON LOS FERIANTES	
POR COMODIDAD	
ESTÁ ABIERTO LOS DOMINGOS	
BUENA ATENCIÓN	
CALIDAD Y CONFIANZA DE LOS PRODUCTOS	
OTROS MOTIVOS	



VISTO el **Asunto N° 10.085**, Proyecto de Ordenanza, referente a la Regulación de la Feria Regional del Barrio Bonacina, de la localidad de Pedro Luro.

Que hace más de 5 años se han ido instalando en el Barrio Bonacina de la localidad de Pedro Luro diferentes comerciantes de rubros diversos que han ido incorporando mercaderías ofreciéndolas en una primera etapa de manera ambulante y hoy por hoy con puestos fijos.

Que con el correr de los años se constituyó una actividad corriente especialmente los fines de semana.

Que con el objeto de regular la instalación de los feriantes quienes se iban esparciendo en las calles del barrio, con lo que eso implica para la convivencia barrial y con los locales comerciales de la zona, se acordaron distintas medidas de organización social como día y horario de funcionamiento, rubros permitidos, etc., que dio origen a lo que hoy se reconoce popularmente como FERIA BARRIO BONACINA.

Que más allá de estos acuerdos preexistentes, hasta la actualidad no existía una norma escrita que regule su actividad por su precaria instalación en la vía pública que no puede ser reconocida como viable en el mediano plazo.

CONSIDERANDO

Que el lugar donde funciona hasta la actualidad dicha feria es de carácter provisorio hasta tanto la Municipalidad de Villarino obtenga la aprobación por Decreto provincial de cambio de zonificación de un inmueble donado a favor de la Municipalidad de Villarino en Barrio Los Manzanos para trasladar la feria a un predio cercado y acondicionado a tal fin (pabellón sanitario, playón para el emplazamiento de los puestos, veredas de circulación, forestación e iluminación).

Que desde la Unidad de Gestión de la localidad de Pedro Luro se han organizado y se mantienen en la actualidad reuniones con los feriantes para coordinar un régimen de funcionamiento provisorio hasta tanto se disponga el traslado al predio ferial creado por la Municipalidad de Villarino.

Que en esas reuniones se ha constituido una Comisión de Feriantes con personería jurídica en trámite, que avala la presente norma y trabajará junto al municipio en su cumplimiento.

Que es necesario hasta el traspaso se efectivice regular la actividad a través de una Ordenanza Provisoria y específica que, seguramente alterara disposiciones de la Ordenanza N° 575/89 que regula la creación y funcionamiento de ferias municipales.

Que a pesar de su condición de precariedad y de su instalación provisoria en las calles del Barrio Bonacina, no puede negarse su presencia, su historia, siendo el medio de vida para más de 200 familias instaladas en la actualidad con sus puestos en la vía pública.

Que la Feria ha posibilitado generar un canal alternativo para la comercialización de la producción regional.

Que la Feria permite cumplir con otro objetivo imprescindible como es la necesidad de abaratar los productos básicos de la canasta familiar.

Que sin desconsiderar las dificultades por las que debe transitar la Feria desde su inicio, es indudable que su funcionamiento ha sido avalado por la misma comunidad que masivamente concurre a las jornadas feriales.

Que el Dictamen de la Comisiones de LEGISLACION, OBRAS PÚBLICAS, TRÁNSITO Y TRANSPORTE por MAYORIA, aconseja la aprobación del mismo, y,

Que ha sido aprobado por la totalidad de los Sres. Concejales presentes, reunidos en Sesión Ordinaria de Prorroga celebrada con fecha 17 de Diciembre de 2014. Por ello,

EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DEL PARTIDO DE VILLARINO, EN USO DE FACULTADES QUE LE SON PROPIAS, SANCIONA CON FUERZA DE:

ORDENANZA

ARTÍCULO 1º: Se reconoce la existencia de la FERIA REGIONAL BARRIO BONACINA en la calle 5 entre las calles Circunvalación y 8 y calle 8 entre calles 3 y 7, para fomento de las actividades artesanales, comerciales y productivas de la zona que comprende el Distrito de Villarino y las localidades del distrito vecino de Carmen de Patagones que integran el Valle Bonaerense del Rio Colorado, es decir residentes de las localidades de Pedro Luro, Aldea San Adolfo, Hilario Ascasubi, Mayor Buratovich, Teniente Origone, Colonia La Merced, Argerich, Mascota, Médanos, Nicolás Levalle, Juan Couste (Algarrobo), Juan A Pradere, Villalonga y los parajes rurales de influencia.

ARTÍCULO 2º: AUTORIDAD DE APLICACIÓN: La Dirección de Inspección General, Habilitaciones y Tránsito será la Autoridad de Aplicación (AA) en todo lo atinente al funcionamiento de la feria.

CAPITULO II: COMPROMISO DE PROVISORIEDAD

ARTÍCULO 3º: ACTA ACUERDO: Suscríbese un acta compromiso de los feriantes que ocupan en la actualidad las calles del Barrio Bonacina a través del cual asuman el compromiso por el cual reconocen la autorización para funcionamiento por medio de esta Ordenanza de carácter provisorio y que asumen la obligación de trasladar su puesto al predio Municipal cuando el mismo esté en condiciones de ocuparse.

CAPITULO III: DE LOS FERIANTES

ARTICULO 4º: Serán considerados vendedores feriantes aquellas personas que posean domicilio en las localidades lindantes y se inscriban en el registro habilitado al efecto a través del formulario de inscripción. Cualquier excepción será considerada por la Comisión Mixta Asesora de la Feria Bonacina (CMAFB), creada en el artículo 26to de la presente.

ARTÍCULO 5º: Para inscribirse en el Registro de Feriantes se deberá acreditar:

- 1-Mayoría de edad
- 2-Domicilio, mediante Documento de Identidad y residencia efectiva en las localidades mencionadas junto con una antigüedad mínima de dos años.
- 3-Libreta sanitaria, en los rubros que requiera la AA.
- 4-Inscripción en Afip (Monotributo- Monotributo Social- Monotributo Agropecuario- Responsable Inscripto)
- 5-Inscripción en Arba (Ingresos Brutos)
- 6- Pago de derecho a Feria según Ordenanza Fiscal e Impositiva vigente.
- 7-Completar el Formulario de Inscripción.

ARTICULO 6º: FORMULARIO: El formulario de Registro de Feriantes se confeccionará por duplicado, indicando en él los datos personales, rubro y número de puesto y datos de ayudantes o familiares que podrán colaborar en la atención del puesto. Así mismo dicho formulario tendrá el carácter de declaración jurada en el que el feriante manifiesta ejercer comercio lícito de productos permitidos y acatar las normas que regulan el funcionamiento de la Feria. En el proceso de implementación de la presente, se entregaran credenciales identificadoras con los datos consignados en el formulario de Registro que deberá ser de uso obligatorio en las jornadas feriales.

ARTICULO 7°: PLAZO: La autorización a feriar emanada por la AA será otorgada por el término de un año, renovable sucesivamente por el mismo periodo y será de carácter intransferible.

ARTICULO 8°: RUBROS: Los rubros autorizados a feriar serán: Alimentos Frescos (Hortalizas, Frutas y Verduras), Alimentos Elaborados (Conservas), Alimentos Elaborados en el Momento, Productos Artesanales No Alimenticios, Artículos Textiles Nuevos y Usados, Productos de Bazar-Regalaría, Productos de Almacén, Artículos de Electrónica y Artículos Usados Varios.

ARTICULO 9°: PUESTOS: Los puestos de venta, serán de tres metros de largo por tres metros de ancho, garantizando condiciones de seguridad y salubridad. La cantidad de puestos disponibles los determinará la AA en conjunto con la CMAFB, en función de la cantidad de accesos a vehículos particulares que tenga cada cuadra y de acuerdo a la cantidad de comercios habilitados que operan en el horario y día de la Feria EN DICHAS CUADRAS. El otorgamiento original de los puestos se establecerá en función de la trayectoria que cada feriante tengan en termino de tiempo feriendo y comportamiento.

ARTICULO 10°: Los comercios habilitados en las cuadras donde funciona la Feria podrán participar de la misma, aunque no será necesario el cumplimiento del artículo 4to y 5to. Se les resguardara sus frentes u ochavas según corresponda para libre circulación. También tendrán derecho a exhibir productos o artículos propios según su habilitación comercial.

ARTICULO 11°: La demarcación de los puestos será efectuada por la AA y la CMAFB. Y asimismo la AA y la CMAFB establecerán las condiciones que debe reunir cada puesto en función del rubro, otorgando los plazos correspondientes para dar cumplimiento a las exigencias.

ARTÍCULO 12°: RESPONSABLE DEL PUESTO: Cada feriante inscripto deberá estar al frente de su puesto no pudiendo ser atendido por terceras personas, salvo familiares directos acreditados, que deberán inscribirse en el formulario de inscripción como familiar ayudante.

ARTICULO 13°: Cada puesto deberá exhibir, en un lugar visible, su número de puesto otorgado y la credencial de inscripción.

ARTÍCULO 14°: PERDIDA DE AUTORIZACION: Perderán la autorización en el puesto oportunamente otorgado aquellos feriantes que falten sin aviso y/o justificación a cuatro (4) jornadas feriales consecutivas. Este puesto será otorgado a quien siguiera en el orden de lista del registro habilitado a tal efecto, una vez que se hubieran cubierto todos los puestos disponibles.

ARTICULO 15°: En el caso de que una baja de puesto se genere en las calles del centro de la Feria y no hubiera feriantes en lista de espera, un feriante autorizado ubicado en otro sector podrá solicitar a la AA y a la CMAFB el cambio de lugar del puesto, para lo cual se confeccionara un listado que contemple las solicitudes de cambio de puesto.

ARTICULO 16°: En caso de enfermedad grave o incapacidad física total y/o permanente o impedimento de cualquier otra naturaleza fehacientemente acreditado, la AA y la CMAFB, podrán resguardar la autorización y por ende la ubicación del puesto por un lapso de tres (3) meses.

ARTICULO 17°: CONTROL: la Municipalidad de Villarino a través de la Dirección de Inspección General y Transito (AA) realizara controles sobre el origen de la mercadería. Los feriantes están obligados a acreditar la procedencia de la mercadería a comercializar mediante los comprobantes correspondientes. En el caso de venta de artículos usados se requerirá al expositor de un acta- declaración jurada por la cual quede establecida la legítima propiedad del bien a comerciar. La falta de acreditación del origen de la mercadería o cualquier actitud que comprometa la transparencia será causal de expulsión de la FERIA REGIONAL BONACINA.

ARTICULO 18°: La AA establecerá para cada rubro las condiciones que estos deberán cumplir en función de la Ordenanza de Habilitaciones Comerciales y/o Código Alimentario Argentino.

ARTÍCULO 19°: COMERCIANTES MAYORISTAS: Se autoriza la instalación de operadores productores mayoristas sujeto a las siguientes condiciones: a) Dar cumplimiento al artículo 5to de la presente ordenanza. b) La venta deberá efectuarse por bultos cerrados cuyo peso inferior sea de 10kg o diez docenas, prohibiéndose la comercialización en forma fraccionada o al peso. c) El vendedor mayorista podrá expender/ofrecer los productos a los operadores vendedores titulares de los puestos autorizados. d) El horario para el desarrollo de esta actividad se establece desde las 6hs a las 8hs en horario de verano y de las 8hs a las 10hs en horario de invierno, no pudiendo permanecer luego del horario establecido en el predio ferial. e) La CMAFB y la AA podrán

autorizar el mayoreo de productores que tengan domicilio distinto al requerido en el artículo 2do, siempre y cuando la producción involucrada no se obtenga en nuestra zona.

CAPITULO IV: DE LAS JORNADAS FERIALES

ARTICULO 20°: La actividad ferial se desarrollara únicamente los días domingos, siendo su horario de ventas de 7hs a las 14hs en verano y de 9hs a las 16hs en invierno. Los puestos podrán comenzar a armarse con una (1) hora de anticipación al horario establecido para la iniciación de la jornada ferial, evitando producir ruidos molestos.

ARTICULO 21°: Personal del Área de Defensa Civil Municipal procederá al corte de las calles, ordenamiento del tránsito y elaboración de un plan de contingencia ante posibles accidentes que se pudieran generar y que requieran del ingreso-egreso de un vehículo de un vecino, ingreso-egreso de Móviles Policiales, ingreso-egreso de la Ambulancia e ingreso-egreso de Bomberos Voluntarios.

ARTICULO 22°: Queda expresamente prohibido en el predio ferial: a) El expendio de bebidas alcohólicas, inclusive 200mts a la redonda del sitio donde funciona la feria, según legislación provincial vigente. b) La venta de animales vivos o faenados en el lugar. c) La venta de artículos de pirotecnia, combustibles, solventes y todo producto inflamable de fácil combustión.

ARTICULO 23°: La Unidad de Gestión Municipal de Pedro Luro deberá mantener el buen estado de las calles, mediante trabajos de emparejamiento, cuneteo y riego de las mismas en caso de ser necesario.

ARTICULO 24°: La Municipalidad de Villarino a través de la AA realizará controles permanentes para garantizar la aplicación de la presente norma.

ARTICULO 25°: La CMAFB se compromete a asegurar el funcionamiento de baños para uso de feriantes y transeúntes.

ARTICULO 26°: Finalizada la jornada ferial cada feriante procederá al retiro del puesto con la mayor celeridad posible y efectuara la limpieza e higiene del lugar asignado, dejando totalmente libre el espacio una (1) hora después de finalizado el horario fijado para la actividad ferial.

CAPITULO V: DE LAS COMISIONES

ARTICULO 27°: Se crea con esta Ordenanza la Comisión Mixta Asesora de la Feria Bonacina que estará integrada por el Director de Inspección General Habilitación y Tránsito, el Responsable de la Unidad de Gestión Local de Pedro Luro y la Comisión de Feriantes.

ARTICULO 28°: Serán funciones de esta CMAFB además de las expresamente delegadas por esta Ordenanza, asesorar, supervisar y proponer soluciones a los aspectos que no estén contemplados en la presente norma, como así también actuar de enlace entre feriantes, vecinos del barrio y el gobierno municipal.

ARTICULO 29°: Los feriantes elegirán una comisión que los represente ante el gobierno municipal, la que debe constituirse con la correspondiente personería jurídica. Dicha comisión tendrá a cargo la tarea de gestionar acciones que contribuyan a ordenar internamente el funcionamiento de la feria y proponer acciones a la CMAFB.

ARTICULO 30°: Para la conformación de la primera comisión de feriantes se convocará a todos los feriantes autorizados, los que elegirán a sus autoridades, el municipio cumplirá el rol de asesorar en la conformación garantizando las normas democráticas y el aval de, al menos, la mayoría de los feriantes. La Comisión debe estar integrada por feriantes de todos los rubros y por dueños de comercios habilitados en las cuadras de la Feria.

ARTICULO 31°: Todo feriante autorizado por la AA deberá ser socio de la comisión de feriantes, por lo tanto acatará las decisiones que en asambleas ordinarias o extraordinarias se tomen y lógicamente podrá participar de la vida democrática de la misma.

CAPITULO VI: DE LAS SANCIONES

ARTÍCULO 32°: El incumplimiento de las disposiciones de la presente ordenanza así como las infracciones a las normas sanitarias serán sancionadas con:

- a) Apercibimiento.
- b) Multa.
- c) Comiso.
- d) Suspensión de la Autorización.
- e) Cancelación de la Autorización.

ARTICULO 33°: Las novedades, informes e infracciones serán registrados al dorso del formulario de registro otorgado al feriante o abrochado a su credencial, y en el que obra en poder de la AA.

ARTICULO 34°: Las infracciones precedentes serán establecidas sobre la base del salario mínimo del ingresante del Agrupamiento Obrero a criterio de la Dirección de Faltas Municipal

Reincidencia: la reincidencia prevista en el Art.15 del Decreto Ley 8751/ 77 se sanciona en todos los casos con multa que aumentara:

- A. Para la primera, el doble de la que correspondería
- B. Para la segunda, el triple
- C. Desde la tercera en adelante, se cuadriplicara.

Pago Voluntario: A efectos del Art 16 Inc. E del Decreto Ley 8751/ 77 todo infractor, reincidente o no, podrá optar por el pago Voluntario de la multa hasta efectuarse la audiencia de descargo o la citación del vencimiento de la citación a comparendo. El total a abonar por el pago voluntario será determinado por la Dirección de Faltas, en base al criterio fijado por el Art. 11 del Decreto Ley 8751/ 77, pudiendo graduar el monto entre un 25% a un 50% de la multa original. El contraventor podrá previo reconocimiento expreso de la comisión de las infracciones imputadas dentro del término establecido en la presente, solicitar una prórroga a los fines del pago voluntario de la multa, la cual podrá ser autorizada por la Dirección de Faltas, no pudiendo la misma extenderse por un plazo superior a quince (15) días hábiles.

ARTÍCULO 35°: Establézcase un plazo de noventa (90) días, a partir de su promulgación, para la implementación de la presente norma, salvo para las cuestiones bromatológicas y de control de la precedencia de la mercadería.

ARTÍCULO 36°: Promúlguese, publíquese, comuníquese, pase al Departamento Ejecutivo a sus efectos, cumplido archívese.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE VILLARINO A LOS DIECISIETE DIAS DEL MES DE DICIEMBRE DE DOS MIL CATORCE. SANCIONADA BAJO EL NRO. 2746.-

Carolina Aldunate
Secretaria Legislativa
H.C.D Villarino

Néstor F. Giambartolomei
Presidente
H.C.D Villarino

VISTO el Asunto N° 11.534: Bloque Acción Por Villarino eleva Proyecto de Ordenanza referente a la Reglamentación de las denominadas “ferias” en el Distrito.

Y CONSIDERANDO que ha sido aprobado el Dictamen de Mayoría, de la Comisión de Legislación, por la totalidad de los Señores Concejales Presentes reunidos en Sesión Ordinaria celebrada el día 18 de abril de 2018. **POR ELLO,**

EL HONORABLE CONCEJO DELIBERANTE DE VILLARINO, EN USO DE SUS FACULTADES, SANCIONA CON FUERZA DE:

ORDENANZA

CAPÍTULO 1: DE LOS ALCANCES.

ARTÍCULO 1º: Interpretétese la existencia de "las ferias" como instrumento de promoción y desarrollo de las microeconomías en las distintas localidades del Partido de Villarino y medio de comercialización y, por consecuencia, de ingresos económicos para diversas familias mediante la venta de productos y subproductos fruti-hortícolas producidos en el Distrito de Villarino como así también artesanos y manualistas.

Ámbito espacial de aplicación. La presente norma se aplicará en aquellas localidades que no contemplen legislación vigente en la materia “ferias”.

ARTÍCULO 2º: Autoridad de aplicación: La Dirección de Inspección General y Habilitaciones será la autoridad de aplicación de la presente ordenanza, en lo atinente al funcionamiento de la feria y su reglamentación.

CAPÍTULO 2: DE LOS FERIANTES.

ARTÍCULO 3º: Considérese vendedor feriante a toda aquella persona que pueda constatar su domicilio real en el Distrito de Villarino y se encuentre inscripto en el registro de feriantes de cada localidad. Para ello, el departamento ejecutivo, a través de las unidades de gestión municipal, dispondrá del registro antes mencionado y será receptor de toda la documentación requerida.

ARTÍCULO 4º: Para la inscripción en el registro mencionado en el artículo 3º, deberá acreditar:

1. Mayoría de edad
2. Constatar domicilio real, mediante documento nacional de identidad, con una residencia mínima de 2 (dos) años en el distrito de Villarino.
3. Libreta sanitaria y curso de manipulación de alimentos en aquellos rubros que la autoridad de aplicación de la presente, así lo requiera.
4. Inscripción en AFIP (monotributo, monotributo social, monotributo agropecuario o responsable inscripto).
5. Inscripción en ARBA (Ingresos brutos).
6. Pago del derecho a feriar según Título III de la Ordenanza fiscal vigente. (Anexo 11).
7. Completar el Formulario de inscripción como vendedor feriante propio de la localidad.

ARTÍCULO 5º: El formulario de registro de feriantes se confeccionará por duplicado, indicando en él los datos personales rubro y número de puesto y datos de ayudantes o familiares que podrán colaborar en la atención del puesto, debiendo todos ser mayores de edad. Asimismo, dicho formulario tendrá carácter de declaración jurada en el que el feriante manifiesta ejercer comercio lícito de productos permitidos y acatar las normas que regulan el funcionamiento de la feria.

En el proceso de implementación de la presente, se entregarán credenciales identificatorias con los datos consignados en el formulario de registro que deberá ser de uso obligatorio en las jornadas feriales.

ARTÍCULO 6º: Plazo de la autorización. Una vez concedido el permiso a feriar, el mismo tendrá vigencia por un año, renovable sucesivamente por el mismo período y de carácter intransferible.

ARTÍCULO 7º: A) Quedan autorizados los rubros/artículos conforme la presente enumeración taxativa:

1. Frutas y verduras frescas de producción local.
2. Panificados de elaboración artesanal sin crema ni necesidad de cadena de frío.
3. Productos artesanales no alimenticios.
4. Artículos textiles artesanales y usados.
5. Productos de bazar y regalería artesanales y manualidades.

B) Prohíbese la venta de los productos y/o artículos conforme la siguiente enumeración taxativa:

1. Productos de almacén, ni mayorista ni minorista.

2. Puestos de autopartes, acumuladores o repuestos.
3. Electrónica, electrodomésticos y/o artículos de telefonía celular.
4. Comidas elaboradas en el lugar.
5. Bebidas que no cuenten con el debido rótulo.
6. Animales vivos o faenados.
7. Solventes, pinturas y combustibles.
8. Artículos de indumentaria, calzados, librerías, ferretería y juguetería que requieran de una habilitación municipal para su comercialización.
9. Productos pirotécnicos, armas o municiones de cualquier tipo.

C) El Departamento Ejecutivo podrá autorizar a través de su autoridad de aplicación la incorporación de productos y/o artículos no mencionados precedentemente.

ARTÍCULO 8º: Los feriantes, de modo individual o colectivo, deberán contratar un seguro de responsabilidad civil contra daños a terceros para desarrollar la actividad en los predios autorizados para tal fin.

CAPÍTULO 3: DEL PREDIO

ARTÍCULO 9º: El predio destinado en cada localidad para permitir la instalación de la feria quedará a cargo del Departamento Ejecutivo, debiendo garantizar la titularidad de la tierra, facilidad de acceso y deberá contar con una delimitación debidamente señalizada, considerando un espacio exclusivo para el estacionamiento de los vehículos de los feriantes y de las personas que allí asistan, quedando prohibida la colocación de los vehículos al lado de los puestos. El ingreso con vehículo para descarga de mercadería y armado del puesto tendrá un horario límite para lo que el Departamento Ejecutivo dispondrá del personal necesario para efectivizar dichos controles y ordenamiento.

El predio deberá contar con agua potable y sanitarios químicos durante el tiempo que dure la feria, siendo responsable de gestionar estos servicios el Departamento Ejecutivo.

ARTÍCULO 10º: Dispóngase en el predio un sector exclusivo para la instalación de los puestos feriantes, con sus respectivos gacebos fijos, los cuales serán de 9 metros cuadrados (3 mts de frente por 3 mts de fondo), siendo los feriantes los encargados de colocar y retirar la lona del gacebo al inicio y final de la jornada ferial.

Los gacebos serán confeccionados por el Departamento Ejecutivo a través del taller de la unidad de gestión municipal de cada localidad, con fondos para los materiales, provenientes de la secretaría de obras públicas, y quedarán adheridos al suelo.

ARTÍCULO 11º: La Municipalidad de Villarino, a través de la Dirección de Inspección y Habilitaciones realizará controles sobre el origen de la mercadería. Los feriantes están obligados a acreditar la procedencia de la mercadería a comercializar mediante los comprobantes correspondientes. La falta de acreditación del origen de la mercadería o cualquier actitud que comprometa la transparencia será causal de expulsión de la feria de manera permanente.

ARTÍCULO 12º: La autoridad de aplicación de la presente ordenanza establecerá para cada rubro las condiciones que éstos deberán cumplir en función de la ordenanza de Habilitaciones Comerciales y/o Código alimentario Argentino.

CAPÍTULO IV: DE LAS JORNADAS FERIALES

ARTÍCULO 13º: La actividad ferial se desarrollará únicamente los días domingo, siendo su horario de apertura a las 8:00hs. y de cierre a las 14:00hs. en verano, y de 9:00hs. a 16:00hs. en invierno.

ARTÍCULO 14º: El Departamento Ejecutivo dispondrá del espacio necesario para que cada feriante pueda estacionar su vehículo sin entorpecer el libre tránsito por las arterias de la localidad. Se permitirá en dicho estacionamiento un vehículo por puesto feriante.

El predio ferial contará con una entrada y salida rápida de vehículos a fin de garantizar el acceso sin problemas ante situaciones de emergencia.

ARTÍCULO 15º: Cada Unidad de Gestión Municipal deberá mantener el buen estado del predio en materia de recolección de residuos, corte del pasto, fumigación, funcionamiento de luminarias si las hubiere y estará a cargo del ordenamiento del estacionamiento con un horario límite de ingreso, disponiendo del personal para tal fin.

ARTÍCULO 16º: La Municipalidad de Villarino a través de la Dirección de Inspecciones y Habilitaciones realizará controles permanentes para garantizar la aplicación de la presente norma.

ARTÍCULO 17º: Finalizada la jornada ferial, cada feriante deberá retirar su puesto y efectuar la limpieza del lugar asignado, dejando el lugar en perfectas condiciones una (1) hora después del horario límite establecido para la finalización de la feria.

ARTÍCULO 18º: A fin de mantener la condición de feriante autorizado, se deberá concurrir regularmente a feriar los días domingo, debiendo justificarse las faltas realizadas. En caso contrario, dos faltas consecutivas injustificadas serán causal de suspensión de la autorización y tres ausencias injustificadas serán causal de cancelación de la autorización.

CAPITULO V: DE LAS SANCIONES

ARTÍCULO 19º: El incumplimiento de las disposiciones de la presente ordenanza así como las normas sanitarias serán sancionadas con:

1. Apercibimiento
2. Multa
3. Decomiso de mercadería
4. Suspensión de la autorización
5. Cancelación de la autorización.

ARTÍCULO 20º: Los informes e infracciones, si las hubiera, serán registrados en el legajo del feriante, adosándolo al formulario de registro o abrochado a una copia de su credencial, que obrará en poder de la autoridad de aplicación.

ARTÍCULO 21º: Las infracciones precedentes, en caso de multas, serán establecidas por la Dirección de Faltas Municipal de acuerdo al código de faltas de la provincia de Buenos Aires.

ARTÍCULO 22º: Establézcase un plazo de sesenta (60) días, a partir de su promulgación, para la implementación de la presente norma.

ARTÍCULO 23º: Cumplidos los sesenta (60) días de su promulgación, la feria deberá obligatoriamente funcionar en el nuevo lugar asignado, respetando los alcances de la presente quedando exceptuado del tiempo establecido, la colocación de los gacebos, dado el tiempo de fabricación de los mismos.

ARTÍCULO 24º: Facúltese al Departamento Ejecutivo a reglamentar la presente Ordenanza mediante decreto reglamentario.

ARTÍCULO 25º: Promúlguese, publíquese, comuníquese, pase al Departamento Ejecutivo a sus efectos, cumplido archívese.

**DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL HONORABLE CONCEJO
DELIBERANTE DE VILLARINO A LOS DIECIOCHO DÍAS DEL MES DE ABRIL
DE DOS MIL DIECIOCHO. SANCIONADA BAJO EL NRO. 3136.-**

Mg. CARBAYO Adrián Marcelo
SECRETARIO LEGISLATIVO

PROMENZIO Omar Ceferino
PRESIDENTE