

LA ORGANIZACION DE PRODUCTORES FAMILIARES EN LAS FERIAS FRANCAS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

FERRER, G.¹; BARRIENTOS, M.¹ & SAAL, G.¹

RESUMEN

El objetivo de este artículo es comprender los procesos organizativos de 12 ferias francas de la provincia de Córdoba. Para ello se realizaron entrevistas a actores clave durante los años 2014 y 2015. Si bien las ferias francas son valoradas inicialmente como una solución apropiada tanto para los consumidores conscientes, como para los productores familiares que buscan una alternativa de comercialización más sustentable, el análisis revela que las mismas son un campo social tensionado por relaciones de colaboración/competencia entre diversos actores que interactúan en el territorio. Los resultados permiten identificar dos tendencias en disputa en la mayoría de los feriantes: i) la *asamblearia*, que sostiene una posición individualista y confía en la regulación del proceso que realizan los consumidores y; ii) la *formalizante*, que propicia la organización en comisiones internas que acuerden normas para el comportamiento de los feriantes.

Palabras clave: ferias de productores, productores familiares, economía social.

ABSTRACT

The organization of family producers in the free fairs of the province of Cordoba.

The purpose of the present article is to understand the organizational processes of 12 tax free fairs trades in the province of Cordoba. To this end, key stakeholders were interviewed during the years 2014 and 2015. Tax free fairs trades are initially valued as an appropriate solution for both conscious consumers and family farmers seeking a more sustainable marketing alternative. Nevertheless the analysis reveals that they are a social arena stressed by relations of collaboration / competition between diverse actors that interact in the territory. The results make it possible to identify two

1.- Departamento de Desarrollo Rural. Facultad de Ciencias Agropecuarias (UNC). Ing. Agr. Félix Aldo Marrone 746. Ciudad Universitaria. CC 509. (5000) Córdoba. Tel.: (0351) 4334103. Email: guillermoferre@gmail.com
Manuscrito recibido el 28 de junio de 2017 y aceptado para su publicación el 19 de septiembre de 2017.

G. Ferrer *et al.*

trends in dispute in the majority of the participants: i) the *assembly*, who holds an individualistic position and trusts in the regulation of the process that can be made by consumers; ii) the *formalizer*, which facilitates the organization in internal commissions that agree norms for the behavior of the members.

Key words: Farmers market, family farming, social economy.

INTRODUCCION

Las ferias francas constituyen un fenómeno relativamente reciente en Argentina. Su origen se vincula con la experiencia realizada en Oberá Misiones, ha mediado de la década del noventa, como una forma de resistencia y búsqueda de alternativa de las familias para sobrevivir en el campo, dado el contexto de desplome de los precios de los cultivos industriales tales como yerba y té. Los productores familiares expandieron las huertas de autoconsumo de sus predios y se organizaron para vender esos productos en las ciudades cercanas (1)

Una Feria Franca de productores es un espacio de comercialización organizado de los productores familiares que genera un impacto socio- económico y cultural en las unidades de producción, en el núcleo de las familias feriantes y en las localidades donde se realizan (2). Se diferencian de las ferias francas tradicionales porque los puestos son, a su vez, los productores y pueden responder por la calidad de sus productos. Algunas ferias, dando especial énfasis a la calidad, se auto imponen comercializar sólo productos agroecológicos, lo que implica que no han sido tratados con agro tóxicos y que provienen de unidades de producción familiares locales.

Según un relevamiento realizado por Golsberg y Dumrauf (9), en el año 2010 existían 144 ferias francas en todo el país, ubicadas con una clara preponderancia en la zona mesopotámica, donde se destaca la provincia de Misiones. En un estudio realizado para la provincia de Córdoba (3) se relevaron 12 ferias francas con una frecuencia por lo menos mensual. Destacando que la zona serrana cordobesa es el territorio donde se agrupan en mayor proporción.

Las ferias francas de productos agroecológicos constituirían una buena solución, tanto a los consumidores conscientes, como a los productores familiares que buscan una alternativa de comercialización sustentable. Pero la constitución de las ferias no parece ser algo sencillo. Por el contrario, podemos afirmar, que la conformación de las ferias exige un esfuerzo organizativo importante por parte de actores variados del territorio, ya que interactúan en un campo tensionado por relaciones de colaboración/competencia.

En el trabajo de Ferrer y otros arriba citado, se establecieron dos posiciones en disputa ante los procesos organizativos en la mayoría de las ferias: la *asamblearia*, que privilegia una posición individualista de los feriantes y confía en la selección/regulación que pueden hacer los compradores y la *formalizante*, que propicia la organización en comisiones internas y reglar el comportamiento de los feriantes.

Objetivos/problema

Comprender los procesos organizativos de los productores familiares en la construcción de ferias francas de la provincia de Córdoba, considerando las tendencias divergentes que tensionan su constitución.

Marco teórico

Las ferias y mercados de la Economía Social son impulsadas por actores 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.

Entendemos que la organización colectiva no surge de procesos naturales, ni resulta predeterminada estructuralmente. La organización colectiva es el resultado de una construcción social (4); que emerge en procesos socioculturales que tensionan el *habitus* de los actores en torno a una estrategia compartida de cambio. Estos procesos de construcciones sociales en los que surgen los mercados ocurren en determinado marco de relaciones de fuerza entre actores -individuales o colectivos- que interactúan en función de los capitales acumulados por cada uno (capital económico, social, cultural, simbólico), a partir de las cuales se establecen reglas de juego, normativas, requisitos, condiciones, precios, etc. (5).

Coincidimos con Benencia y Flood (6) cuando definen las organizaciones como “construcciones político-culturales que sirven como marco para que los actores desarrollen medios instrumentales que ajusten sus mutuas interacciones, con la finalidad de alcanzar un razonable balance de cooperación, al menos el necesario para hacer posibles, objetivos colectivos compatibles con los propósitos individuales, los cuales

presentarán diferentes grados de convergencia/conflictividad.”

Catalano y Gandulfo (7) sostienen que la construcción común de un espacio autogestionado, es posible en tanto y en cuanto se genere y desarrolle al menos con dos principios sostenidos por sus miembros. Uno es el principio de *identidad*. Cada organización posee necesariamente una historia, un espacio geográfico compartido, valores, creencias, normas de funcionamiento que regulan y dinamizan las relaciones entre sí y con el exterior, y tiene una cultura propia. Todos son rasgos distintivos que la hacen única. El otro es el principio de *utilidad*. Todo espacio organizado es considerado de utilidad para sus miembros, tiene una razón de ser. Sus miembros participan de diversas maneras, colaboran activamente desde distintos roles y funciones para el logro de los objetivos y su sostenibilidad. Ambos, identidad y utilidad, son principios que permiten la existencia y el funcionamiento de los espacios organizados, cualquiera sea su forma.

Las ferias francas pueden ser interpretadas también como una acción colectiva, y por lo tanto, podemos tomar el viejo debate entre quienes proponen un modelo burocrático centralizado y quienes abogan por un movimiento informal descentralizado. El primero de estos modelos sostiene que una estructura formalizada con una clara división del trabajo maximiza la movilización, al transformar compromisos difusos en roles claramente definidos, y que una estructura centralizada de toma de decisiones aumenta la capacidad de intervención inmediata, al reducir los conflictos internos. En contraste con esta postura, se sostiene que los movimientos descentralizados con una mínima división del trabajo e integrados por redes informales y por una ideología de amplio espectro son más efectivas (8).

Este debate entre modelos centralizados y descentralizados puede ayudarnos a comprender mejor la tendencia formalizante y asamblearia que establecimos en las ferias.

METODOLOGÍA

Siguiendo con el criterio asumido por trabajos anteriores (9), se consideraron las ferias de carácter permanente, esto es que funcionen como mínimo una vez por mes.

El estudio fue descriptivo ya que estas ferias no han sido analizadas previamente. El enfoque fue cuantitativo, pero también considera la estrategia de los actores, desde su propia perspectiva (10).

Se asumió una estrategia que combina distintas técnicas y se pretendió una integración objetiva y subjetiva en el proceso de análisis (11). Se utilizaron entrevistas en profundidad (10) a informantes seleccionados y se realizaron observaciones en base a una guía semi estructurada para describir y estudiar el funcionamiento de las ferias.

Aplicando el criterio metodológico de considerar sólo aquellas ferias que presentan una regularidad mínima mensual, se han relevado en el territorio provincial 12 ferias, en el período junio de 2014 – noviembre 2015.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

La organización es el resultado de invertir tiempo y esfuerzo para lograr un mínimo de consenso que permita la acción. Por un lado, el tiempo invertido en la organización se resta de las actividades individuales y, por otro, para poder actuar con otros se

debe aprender a limitar los propios intereses para hallar un punto de coincidencia con los demás (12). Pero no todos acuerdan en asumir los costos de la organización.

El proceso de organización de una feria franca, según la sistematización de la experiencia misionera realizada por Colman (2), parte de conformar una comisión organizadora que se encargue de realizar los trámites y acciones necesarias para que la feria sea aceptada en la localidad y los potenciales clientes estén informados para concurrir. No ha sido así en la mayoría de las experiencias cordobesas. Salvo el caso de Colonia Caroya, las ferias en Córdoba parten de conformar una asamblea de feriantes en la misma feria y desde allí se toman las decisiones sobre las acciones a seguir. Al comienzo, muchas de estas acciones son acompañadas o directamente realizadas por las instituciones de desarrollo, principalmente Pro Huerta INTA y Secretaría de Agricultura Familiar. Transcurrido algunos meses y con la feria en funcionamiento, los profesionales intervinientes comienzan a proponer que tienen que ser los mismos feriantes los que deben asumir el control de las decisiones y acciones de la organización feria. Es aquí donde aparecen dos posiciones o discursos: los que sostienen que no es necesario avanzar en estructuras organizativas y que con la asamblea en la feria se resuelve: los tipos asamblearios; y los que entienden que es necesario generar otras formas organizativas que exigen tiempos y actividades extra feria, es decir que tienden a formalizar el proceso organizativo: los tipos formalizantes.

En forma coincidente a lo observado en la Feria Verde de Mar del Plata (13) podemos afirmar que todos encuentran útil el espacio feria, pero se percibe una disputa de sentido en la identidad en construcción, ya que algunos atribuyen a la feria la po-

sibilidad de constituirse una alternativa a los mercados tradicionales donde se considera solo el criterio de mayor lucro esto es, una idea de cambio y construcción de relaciones sociales superadoras y otros, que la entienden solo como un instrumento que complementa y posibilita el emprendimiento personal o familiar. El sentido/identidad adjudicado a la organización feria se constituye en un elemento explicativo de las conductas y compromisos que muestran los distintos feriantes.

Los tipos asamblearios

Los feriantes que promueven esta tendencia sostienen que no es necesario generar comisiones, ni reuniones extra feria. Cuando surge algún problema, se realiza una asamblea en la misma feria y se resuelve. Avalan esta posición expresiones tales como:

“La feria se creó de manera espontánea y nunca hubo problemas entre los feriantes”. P.N. Villa de Las Rosas

“Si tuviera que organizarla yo haría una feria franca que sea sin fines de lucro para la comuna. Un espacio que cuidamos entre todos y que no necesitamos que el municipio se entrometa y obtenga un rédito”. M.G. Villa de Las Rosas

“Como la feria se transformó en algo grande se quieren meter. Pero el municipio no tiene nada que ver con la feria”. P.N. Villa de Las Rosas

Se destaca en el discurso una postura anti institucional, la feria como un espacio espontáneo de personas que ofrecen sus productos y otros que los compran. Y aunque el producto son alimentos, parece que no observan ningún riesgo o responsabilidad en la acción.

Según esta perspectiva, el sentido de las ferias es asegurar la comercialización del emprendimiento personal donde está centrada la estrategia de vida. Reuniones extra ferias o avanzar en la organización demandan tiempo y esfuerzo que no están dispuestos a entregar. Hay predominio del interés individual.

Esta tendencia asamblearia la podemos relacionar con la postura de los movimientos descentralizados que sostienen que con una mínima división del trabajo e integrados por redes informales se puede conseguir una organización efectiva.

Ante la requisitoria sobre la participación de puesteros que realicen una competencia con productos inapropiados a la feria, por ejemplo que alguien venda productos industriales en desmedro de los artesanales. Las respuestas fueron:

“Pienso que la gente sabe lo que busca y que se decanta solo”. L. B. Rio Ceballos

“Si bien es molesto, pero creo que se auto regula”. P.N. Villa de las Rosas

“No hay ningún requisito previo para ir a la feria. Lo ideal es que seas artesano, pero si va alguien con algo que compró y reventa, yo no soy nadie para decirle que se vaya. El que viene sabe qué busca consumir. Creo mucho en la opción de la gente. Creo en la gente”. M.G. Villa de Las Rosas

Hay una fuerte opción por un espacio de mucha libertad de participación pero sin compromisos. Descargan toda responsabilidad en el criterio de los compradores, quienes regularán, con su demanda, quien se queda en la feria, por lo que no hay necesidad de ninguna organización para regular o promover nada. Esta postura manifiesta

una posición individualista y descomprometida de las organizaciones.

De alguna manera es un discurso que busca disimular una actitud que puede considerarse desde la estrategia del polizón que describiera Olson (14) ya que disfruta de los beneficios del mercado generado sin asumir los costos de trámites ante las instituciones y/o jornadas de análisis y discusiones internas para generar acuerdos mínimos que posibiliten la acción en común.

Olson sostiene que "sólo un incentivo individual y selectivo estimularía a una persona racional de un grupo latente a actuar con un espíritu grupal"; es decir, que sólo un beneficio reservado estrictamente a miembros de un grupo motivaría a alguien a unirse y contribuir al grupo. Esto se corresponde con el caso de las ferias, es decir que aunque se tenga una postura individualista, sería racional esperar un cierto compromiso con la promoción y defensa del espacio generado. También considera como determinante el tamaño de los grupos. Comprueba que el nivel de interacción de los grupos pequeños es mucho mayor que el de los grupos grandes y por lo tanto, si uno no participa, rápidamente recibirá una respuesta/observación por parte del resto de individuos.

Por lo tanto no es sencillo formar parte de una feria donde todos se conocen y reconocen que es un espacio valioso y tener una actitud pasiva o desinteresada respecto de la organización. Se hace necesario generar un discurso que niegue la importancia o necesidad de organizarse, critique el accionar de las instituciones intervinientes y afirme que el espacio feria se constituye casi espontáneamente y si algún problema pudiera ocurrir, con reunirse un momento en una asamblea en la misma feria, alcanzaría para resolverlo.

Los tipos formalizantes

Los feriantes que presentan un discurso formalizante sostienen que deben agruparse y organizarse en forma más estable para poder atender los problemas / tareas que surgen de la feria tales como regular el ingreso de nuevos feriantes, realizar la certificación social en el caso de producciones agroecológicas, tramitar ante las autoridades municipales las autorizaciones correspondientes, hacer publicidad para generar/sostener la demanda, entre otros. La mayoría son actividades que exceden el espacio de la asamblea en feria, pero que alguien debe realizarla para que la feria pueda funcionar. Se relaciona con un modelo burocrático centralizado ya que es necesario establecer una organización específica para promover y administrar la feria, lo que requiere de roles particulares que se deben asumir.

En sus propios términos tenemos:

"Y cuando arrancamos tuvimos muchos problemas organizativos. Pero hoy estamos bien organizados como cooperativa, por eso funciona tan bien la feria". D.F. Caroya

"Tenemos la asamblea donde se deciden los temas y comisiones para poder hacerlos o concretarlos". F.O. Unquillo

"También tenemos un control para el ingreso, es una comisión de admisión". A.C. Córdoba

La mayoría de las ferias han generado una comisión de *Admisión y Seguimiento* que se encarga de hacer las evaluaciones de los aspirantes a ingresar a la feria y de hacer, feria a feria, el seguimiento (control/fiscalización) de que lo que cada feriante lleva para vender sea lo que está autorizado y una Comisión de *Comunicación*, que se encarga de la difusión de la feria y de sus actividades hacia afuera y de la comunicación interna.

En el caso de las ferias agroecológicas, se hace necesaria una *Comisión de Calidad Alimentaria*, que se ocupe de elaborar, por un lado, los protocolos de producción con los que la comisión de Admisión realiza su trabajo y por otro, de elaborar el *Sistema Participativo de Garantía* que certifica que el producto es efectivamente agroecológico (15).

Las comisiones dan cuenta de su tarea a la asamblea o a una comisión directiva quien, en definitiva, aprueba (o no) lo actuado.

El sentido que se le otorga aquí a las ferias y que intenta constituirse por un lado, como principio de *identidad* (7) de la organización que se vincula con una crítica a los mercados concentrados en grandes superficies con énfasis en el lucro y una apuesta en la construcción de mercados de precios justos, con productores que garantizan la calidad de sus productos y que consideran también los intereses de los compradores; y por otro, al principio de *utilidad* (7) ya que sus miembros participan de diversas maneras, colaboran activamente desde distintos roles y funciones para el logro de los objetivos.

El proceso en tensión

Pero el proceso organizativo se desarrolla con la tensión de los sentidos comunes o más precisamente del *hábitus* como define Bourdieu (5), entre las tendencias asamblearias y formalizantes. En otras palabras, entre las personas que ven la feria como un espacio útil y quieren preservarlo, pero desde una posición individualista muy centrada en su emprendimiento, con los que ven en la organización de la feria una oportunidad de generar modos distintos de comercialización y una base para proyectar otras acciones colectivas. ¿Cómo se dirime esta tensión?

En algunos casos por intervención de una institución externa que asume la tarea de resolver sobre los problemas básicos del

funcionamiento de la feria como es el caso de los municipios de Villa las Rosas y San Marcos Sierras, en otros, la tensión crece y genera instancias de asambleas con discusiones que suelen terminar con el desprendimiento de la organización de personas o subgrupos y en algunos casos encuentran soluciones creativas. Es el caso de la cooperativa de la feria de Colonia Caroya, donde promovieron que todos los miembros asuman un cargo en la comisión por periodos cortos (seis meses) y asuman un rol de defensa del proyecto colectivo.

CONCLUSIONES

Las Ferias Francas, como toda organización social resultan de la inversión de sus miembros en su construcción, de tiempo para reunirse a intercambiar ideas y flexibilidad mental para lograr un mínimo de consenso que permita la acción. Pero no todos acuerdan en asumir los costos de la organización.

Se pudo establecer que el proceso organizativo de las ferias francas en Córdoba se desarrolla con la tensión de los “sentidos comunes” o más precisamente del *hábitus* como define Bourdieu, entre las tendencias asamblearias y formalizantes. En otras palabras, entre las personas que ven la feria desde una posición individualista muy centrada en su emprendimiento, en contraposición a los que ven en la organización de la feria una oportunidad de generar modos distintos de comercialización y una base para proyectar otras acciones colectivas.

Esta tensión fue resuelta en algunos casos por intervención de una institución externa como los municipios. En otros, la tensión crece y genera instancias de asambleas con discusiones que suelen terminar con el

desprendimiento de la organización de personas o subgrupos y en otros casos, encuentran soluciones creativas como es la experiencia de la feria de Colonia Caroya. Aquí se estableció una dinámica que llevó a asumir el rol de defensa del proyecto colectivo a todos los miembros de la organización. Este juego de roles ayudó a concientizar, a visualizar el proyecto individual dentro del colectivo y se corresponde con la afirmación de Benencia y Flood (6) en “constituirse un medio instrumental con que ajustaron sus mutuas interacciones, con la finalidad de alcanzar un razonable balance de cooperación.”

Por lo tanto, podemos afirmar que un mecanismo que distribuya e imponga a que todos los miembros asuman la tarea grupal, permite que las personas asuman una posición más comprometida con los intereses de la organización, generando una convergencia en la identidad colectiva.

BIBLIOGRAFÍA

1. **PEREIRA, S.** 2007. Instituciones, participación, y capacitación en el fortalecimiento de la feria franca de Oberá, Misiones. En: Manzanal M. et al. Territorios en construcción. Ed. Ciccus. Buenos Aires.
2. **COLMAN, D.** 2009. Las Ferias Francas. Una forma de comercialización de la Agricultura Familiar. Ediciones INTA, Buenos Aires.
3. **FERRER, G.; BARRIENTOS, M. Y SAAL, G.** 2016. Caracterización de las ferias francas de productores agropecuarios en la provincia de Córdoba (Argentina). Revista FAVE - Ciencias Agrarias 15 (1), Santa Fe.
4. **MELUCCI, A.** 1994. Asumir un compromiso: identidad y movilización en los movimientos sociales. En: Zona Abierta nro.69.
5. **BOURDIE, P.** 1997. Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción. Edit. Anagrama. Barcelona
6. **BENENCIA, R. Y FLOOD, C.** 2002 “Modalidades de intervención social: una reflexión sobre sus aspectos institucionales”. En: Benencia, R. y Flood, C. (Comps.) ONGs y Estado. Experiencias de organizaciones rurales en Argentina. Buenos Aires: La Colmena.
7. **CATALANO, J. Y GANDULFO, A.** 2010. Prologo. En: Golsberg y Dumrauf. 2010. Agricultura familiar: ferias de la agricultura familiar en la Argentina. Ediciones INTA, Buenos Aires.
8. **JENKINS, C.** 1994. La teoría de la movilización de recursos y el estudio de los movimientos sociales. En: Zona Abierta nro.69.
9. **GOLSBERG, C. Y DUMRAUF, S.** 2010. Agricultura familiar: ferias de la agricultura familiar en la Argentina. Edit. INTA. Bs. As.
10. **VALLES, M. S.** 1997. Técnicas Cualitativas de Investigación Social. Editorial Síntesis. Madrid.
11. **SOUZA MINAYO, M. C.; GONCALVES DE ASSIS, S. Y RAMOS DE SOUZA, E.** 2005. Evaluación por triangulación de métodos. Abordaje de Programas Sociales. Editorial Lugar, Buenos Aires.
12. **FERRER G.; BARRIENTOS, M. Y SAAL G.** 2013. Intervención y organización campesina. El caso de Copacabana en la provincia de Córdoba (Argentina). Mundo Agrario, vol. 14, nº 27. ISSN 1515-5994.
13. **CABALLERO, L.; CRESPI, L.; DUMRAUF, S.; GONZALEZ, E.; MAINELLA, F. Y MORICZ, M.** 2010. La Feria Verde de Mar del Plata y el precio justo. En Cittadini et al comp. Economía Social y Agricultura Familiar. Ediciones INTA, Buenos Aires.
14. **OLSON, M.** 1992. La lógica de la acción colectiva: bienes públicos y la teoría de grupos, México.
15. **FRANCAVILLA, G. Y BARRIENTOS, M.** 2015. Sistemas participativos de garantía. Una herramienta para fomentar la soberanía y la seguridad alimentarias “VI Jornadas Integradas de Investigación y Extensión de la FCA” “Tª Jornada de Enseñanza en las Ciencias Agropecuarias” -3 y 4 de noviembre, Córdoba.