

## Mercado popular “La Veredita”: algo de su historia en estos 8 años.

---

**Pia Arnedillo.** arnedillo.pia@gmail.com

**Maria Eugenia Dalmás.** mariaeugeniadalmas@gmail.com

**Silvia Fiscella.** petronila10@hotmail.com

**Marcela Rocca.** marcelaro11mr@gmail.com

ET4

### **PALABRAS CLAVES**

EPSyS - Mercado Popular - Asambleas - Mercado Popular “La Veredita” - Construcción socioafectiva

### **RESUMEN**

El objetivo de este trabajo es realizar una reseña histórica del Mercado Popular “La veredita”, el cual funciona en la Facultad de Trabajo Social de la UNLP, en el marco de un Programa de Extensión de dicha facultad. La reconstrucción histórica estará basada en entrevistas, artículos de investigación en relación a la temática presentados previamente y documentación de asambleas.

### **INTRODUCCIÓN**

El objetivo de este trabajo es reunir la información necesaria para comenzar a reconstruir la historia del Mercado Popular La Veredita; de la cual existen muchos datos desde las políticas institucionales pero muy poco desde lo creado colectivamente, por lo que se procurará reunir y sistematizar esa información, para poder compartirlo como una experiencia entre tantas dentro de las prácticas de la EPSyS; se tomarán como referencias: trabajos previos presentados por miembros de FST, entrevistas realizadas a algunos de los primeros feriantes y registros de actas de las asambleas mensuales.

### **ORIGEN Y TRANSFORMACIÓN DEL MERCADO POPULAR LA VEREDITA**

Desde el año 2010 la Facultad de Trabajo Social de la UNLP articula con organizaciones de productores familiares a través de proyectos de extensión y prácticas de formación profesional<sup>1</sup>. En los años siguientes se ve la necesidad de dar un marco institucional a estos acuerdos y se firma un convenio entre el Registro Nacional de Trabajadores y Empleadores Agrarios (RENATEA) y la FTS-UNLP; ejecutando proyectos a partir del Programa de Extensión “Políticas públicas y nuevas ruralidades: Un aporte para el fortaleci-

---

1 . Allo, P. y otros. “Fortaleciendo las organizaciones sociales y sectores populares vinculados a la cuestión rural desde el Programa de Extensión “Políticas públicas y Nuevas ruralidades”.

miento de organizaciones sociales y sectores populares vinculados a la cuestión rural”.

Las medidas neoliberales llevadas a cabo en esos años, hacen que los mercados populares sean una alternativa de consumo en ese momento, tanto para consumidores como para productores.

La propuesta de un precio justo, sin intermediarios, favorece a ambos.

Así es como en junio de 2014 se lanza el proyecto “Verduras para Todos”, donde se preparan para la venta bolsones con verduras de estación; el mismo es coordinado por la Corriente Agraria Nacional y Popular (CANPO) y participan organizaciones de la agricultura familiar y de la EPSyS del sector rural de gran La Plata-Abasto (frutihortícola) y Berisso (agricultura familiar). Dicha actividad, se realiza los días miércoles, una vez por mes, en la vereda de la FTS-UNLP.

Paulatinamente se van incorporando otros rubros, en principio alimenticios y más adelante artesanías. Las primeras incorporaciones son de manera espontánea, a partir de invitaciones y del “boca en boca”. Se incrementa el número de productoras mujeres.

El mercado comienza a consolidarse semanalmente, primero sobre calle 9 para luego, trasladarse sobre calle 10; con infraestructura provista por la FTS-UNLP<sup>2</sup> y funcionando en línea con el calendario académico. Con un grupo de feriantes en ascenso, se propone un espacio de discusión por fuera de la jornada laboral, donde fuese posible debatir y decidir de manera horizontal cuestiones organizativas de la misma. Así es como en julio de 2016 se realiza la primera asamblea. Para fines de ese año, se sugiere la creación de un grupo de whatsapp para sistematizar la información y que llegue a todos; se fija el día de asamblea para el primer jueves de cada mes, y se empieza a mencionar la necesidad de crear un reglamento. Entre otras cosas, queda definido el ingreso de nuevos feriantes a través de asambleas, así mismo la incorporación de rubros similares.

Hasta ese momento la feria se llamaba “Mercado Popular FTS”, en la búsqueda de un nombre que los identifique, surge en asambleas del 2017: “Mercado Popular La Veredita”. Durante ese año se trabaja en conjunto con la Facultad de Bellas Artes de la UNLP (FBA-UNLP) en el diseño de un logo, y se plantea la posibilidad de realizar una segunda jornada de feria en dicho establecimiento. Propuesta que se concreta meses más tarde<sup>3</sup>, cuando se comienza a feriar los lunes y jueves, un día en cada facultad.

Una de las decisiones más destacadas de ese año, y que perdura hasta la actualidad, es la creación de un Fondo común, donde inicialmente se hiciera un aporte mensual a criterio de cada feriante, en pos de contar con un fondo de ahorro para cubrir eventualidades (traslados, arreglos o compra de elementos para la feria).

Durante los años 2018 y 2019 se suman gran cantidad de productores/as y comienzan a manifestarse tensiones respecto de la dinámica, responsabilidades y compromiso del grupo, que llevaron a numerosos debates en el espacio de asamblea; estas situaciones hacen visible la falta de un estatuto donde se establezcan pautas de funcionamiento y la necesidad imperiosa de su elaboración. La disposición de la feria al aumentar el

---

2. En los inicios la FTS-UNLP proveía de gazebos, tablonces y caballetes, que se ocupaba de, a través del personal no docente, armar y desarmar en cada jornada de feria. Posteriormente eso se modifica y es el colectivo La Veredita, quien se encargará del armado y desarmado de la infraestructura.

3. El armado del mercado en FBA-UNLP se sostuvo con bastante dificultad hasta 2019, por la dinámica que implicaba llevar y traer el mobiliario de la feria cada día; ya que los gazebos y mesas se guardaban en FTS-UNLP y era necesario trasladarlos en vehículos particulares.

número de puestos, comienza a extenderse hacia la calle 63.

Para marzo de 2020, el colectivo La Veredita incluye aproximadamente 20 productores/as; cuando por la propagación del coronavirus, se deben tomar las medidas sanitarias necesarias y la feria queda suspendida por tiempo indeterminado, se llevan a cabo algunos encuentros virtuales por la plataforma Zoom, además de la comunicación vía whatsapp ya en uso, para repensar y dar continuidad al espacio de trabajo. Al permanecer durante varios meses la cuarentena obligatoria y por ende, la imposibilidad de reabrir el espacio de feria, la FTS-UNLP facilita un subsidio único para aquellos productores sostenidos en el tiempo. En asamblea surge además la propuesta de dar un crédito a quienes lo necesiten, pudiendo devolver el dinero sin interés. Estos préstamos serían otorgados por el fondo común de La Veredita.

Durante ese año en el mes de septiembre, en el marco de la creación de estrategias de comercialización alternativas, se invita a La Veredita a participar de La Comercializadora “La Justa”<sup>4</sup>, en la cual se continúa hasta el día de hoy; con una frecuencia quincenal, un día de la semana se realizan los pedidos y se entregan en los nodos la misma semana, con organización de logística entre los compañeros que tienen movilidad propia, para que los productos lleguen al Centro Regional de Extensión Universitaria (CREU), y desde allí sean distribuidos a los distintos nodos.

En simultáneo se define en asamblea un modo similar pero autónomo de venta virtual para los productores de La Veredita. De esta manera se arma un formulario de productos para ventas por redes sociales, con frecuencia mensual de pedidos y entregas en la FTS-UNLP. Este proyecto<sup>5</sup> fue acompañado por becarias de la Secretaría de Extensión, quienes brindaron la capacitación y organización necesarias para desarrollar dicha iniciativa.

En marzo de 2021 se retoma la modalidad presencial por unos pocos meses, dado que el número de contagios por Covid aumenta, volviendo a las medidas sanitarias del año anterior. Se continúan con los modos alternativos de venta virtual. En agosto, finalmente se retorna a la presencialidad, con todas las medidas sanitarias sugeridas por protocolo; y con ello, se presentan invitaciones para participar eventualmente de otros mercados populares y ferias de economía social. Se concreta la compra de nuevos gazebos y mesas, con dinero del fondo común, para cubrir la demanda de nuevos puestos para productores.

El 2022 se continúa de manera presencial, ya con un funcionamiento más consolidado. El grupo logra apropiarse del reglamento creado en asamblea, siendo este un respaldo ante la toma de algunas decisiones. Se entiende al mismo como una construcción colectiva y dinámica; que puede ir modificándose en el tiempo según sea necesario y previo debate en asamblea. En el transcurso del año se ofrece a los productores de La Veredita un nuevo microcrédito, al que algunos acceden para la compra de materia prima; este proviene del Fondo de CONAMI (Comisión Nacional de Microcréditos del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación), y se canaliza a través de la Asociación civil

---

4. Es una comercializadora generada, a principios de 2020, por la UNLP en red con organizaciones sociales, comunitarias y culturales, que genera nuevos circuitos comerciales cortos para la Economía social y solidaria.

5. Caballieri; I. Labaqui, C. “Mercado Popular La veredita, estrategias de la Economía Popular, Social y Solidaria en pandemia”.

GUIDAF (Grupo Interdisciplinario para la Agricultura Familiar).

## **REFLEXIONES FINALES**

Escribir la historia de un proceso en primera persona es un desafío, pero también una revelación. Encontramos en La Veredita un espacio socio-afectivo solidario no sólo para los que visitan el mercado sino también para quienes lo integran y sostienen.

A través de la lectura de actas y otros documentos de los inicios del mercado encontramos que la afectividad, el compromiso con el trabajo propio y quiénes eligen esta modalidad de consumo están en el ADN de la feria.

Hacer este trabajo constituye un punto de partida. Nos sentimos en la necesidad de aclarar y organizar el relato de nuestra historia para, desde ahí, poder avanzar en profundidad sobre otros temas y aspectos que nos interesan.

Además, en un panorama más amplio, vemos útil y necesario recopilar las experiencias de la Economía Social, Solidaria y Popular a fin de sistematizar saberes que puedan servir para construir mejores estrategias colectivas para quienes ya estamos en este tránsito y para quienes tienen interés de aventurarse en este camino.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- Allo, P., Bulich, A., Burone, E., Diotto, P. *Fortaleciendo las organizaciones sociales y sectores populares vinculados a la cuestión rural desde el Programa de Extensión "Políticas públicas y Nuevas ruralidades.*
- Caballieri; I. Labaqui, C. *Mercado Popular La veredita, estrategias de la Economía Popular, Social y Solidaria en pandemia.*