

IX Jornadas de Sociología, UNLP, La Plata

Luciana Fingermann (INTA-IPAF Región Pampeana/ UNLP)

lucianafingermann@hotmail.com

Natalia Drago (UNLP).

natalia_drago@yahoo.com.ar

Título: El rol de la Universidad en la construcción de economía social y solidaria: Los mercados solidarios de la UNLP

Resumen:

El presente trabajo es un primer avance de un análisis conjunto que se propone como aporte al campo de estudio del rol del Estado en la construcción y fortalecimiento de la Economía Social y Solidaria, tomando en este caso a la UNLP como actor estratégico a través de la extensión universitaria. Nuestro interés radica justamente en considerar el importante rol que tiene el Estado, y puntualmente las Universidades, en la construcción y fortalecimiento de estos espacios, siendo la comercialización un eje clave en este proceso hacia otra economía.

Específicamente investigaremos dos espacios de comercialización de la UNLP (que aquí entendemos como mercados solidarios): la Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra y el Paseo de la Economía Social y Solidaria. En ambos casos estudiaremos las representaciones de los propios actores acerca de estos espacios, indagando también para ello en el entramado de relaciones que construyen día a día. Para este estudio nos basamos en análisis bibliográfico, y técnicas cualitativas como observación participante, y entrevistas semi-estructuradas tanto a productores como informantes clave de ambos espacios.

Introducción

Actualmente podemos ver que los sectores populares han construido organizaciones socio-productivas autónomas buscando dar respuesta al contexto de crisis del mundo contemporáneo, recobrando importancia a su vez la expresión “economía social”, así como otras afines. Aquí partimos de considerar que el Estado así como ha jugado un papel importante en la consolidación del capitalismo, tiene a su vez un rol sustancial en la construcción de una sociedad diferente, de “otra economía”. En tal sentido, la universidad es un actor estratégico en la configuración de un nuevo contexto, aumentando en los últimos años el reconocimiento de la extensión universitaria dentro de su agenda.

A partir de ello, en este trabajo, indagaremos acerca del rol de la extensión universitaria en la construcción de una economía social y solidaria, mediante un análisis de dos espacios de comercialización alternativa (que entendemos como “mercados solidarios”), que surgen desde el área de extensión de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Dado que consideramos de suma relevancia conocer estas experiencias desde la mirada de los propios actores, nos centraremos en las representaciones de quienes construyen día a día estas experiencias. Dicho análisis, nos ayudará a entender la dinámica de las interacciones sociales esclareciendo cuáles son los determinantes de las prácticas sociales, lo cual es importante dado que la representación, el discurso y la práctica se generan mutuamente (Abric, 1994, citado por Araya Umaña, 2002:12). Así, entendemos que las personas actúan acorde a sus representaciones pero a su vez, éstas se van modificando en función de sus comportamientos y prácticas. Por ello es que para comprender el significado que le dan los feriantes a su participación en estas experiencias, nos centraremos tanto en sus representaciones como en sus prácticas, ya que están intrínsecamente relacionadas; la práctica es parte integral de la representación y no algo vinculado o determinado por ella (Rodríguez Salazar, 2003).

Entendemos entonces a las representaciones como conocimientos socialmente elaborados y compartidos, “sistemas cognitivos en los que es posible reconocer la presencia de estereotipos, opiniones, creencias, valores y normas que suelen tener una orientación actitudinal positiva o negativa. Se constituyen, a su vez, como sistemas de códigos, valores, lógicas clasificatorias, principios interpretativos y orientadores de las prácticas, que definen la llamada conciencia colectiva, la cual se rige con fuerza normativa en tanto instituye los límites y las posibilidades de la forma en que las mujeres y los hombres actúan en el mundo” (Araya Umaña, 2002: 11). Las representaciones remiten no sólo a la reproducción sino también a la construcción, conllevando en la comunicación autonomía y creación individual o colectiva (Jodelet, 1984, citado por Rodríguez Salazar, 2003: 65).

Para realizar este análisis, nos valdremos asimismo del concepto de “capital social” que Susana Hintze (2004) define a partir de Bourdieu como

“... el conjunto de los recursos actuales o potenciales vinculados a la posesión de una red duradera de relaciones más o menos institucionalizadas de interconocimiento e interreconocimiento; o dicho de otro modo, a la pertenencia a un grupo, en el cual sus miembros están unidos por “vínculos permanentes y útiles” que se basan en intercambios materiales y simbólicos”, (p. 5).

El capital social es entonces el resultado de una construcción que supone importantes inversiones materiales, simbólicas y de esfuerzos que implican otros gastos. Su utilidad se expresa en los beneficios materiales y simbólicos (el prestigio, por ejemplo) que permite apropiarse y esos beneficios dependen de la participación en la red de relaciones (Hintze, 2004).

La perspectiva metodológica escogida es de tipo cualitativa ya que nos permite reconstruir la realidad de un escenario social comprendiendo las propias percepciones e interpretaciones de los actores, relacionarnos directamente con el sujeto que investigamos, con el conocimiento, las percepciones y representaciones de los propios actores, para poder realizar un análisis exhaustivo de lo que hemos visto y escuchado con respecto a nuestro objeto específico de investigación. Esto se alcanza al realizar asimismo un trabajo reflexivo de interpretación problemática de los aspectos relevantes para los objetivos de nuestro estudio.

Con respecto a las técnicas de obtención de datos, asistimos a algunas reuniones mensuales de feriantes de ambos espacios, así como también realizamos observación participante los días de feria. Esta técnica se basa en “presenciar de manera directa el fenómeno estudiado en su ambiente natural, sin manipularlo” (Piovani, 2007a:195). Es decir que consiste en la presencia física del investigador en el terreno, como alguien que se une temporalmente a un grupo con fines científicos sin ocultar su función de investigador, intentando alcanzar la “Comprensión (Bernard 1994) a través de un acceso privilegiado a los significados que los actores construyen (y le asignan) a su mundo (Plat, 1983)” (Piovani, 2007a: 197).

Asimismo, realizamos entrevistas personales en profundidad, semi-estructuradas a algunos promotores de las ferias y a diferentes feriantes, lo que Alonso (1998) entiende como una forma especial de conversación entre dos personas, la cual dirige y registra el investigador para poder favorecer la producción de un discurso conversacional continuo que a su vez tenga cierta línea argumentativa por parte del entrevistado, con respecto a un tema de interés definido en el marco de la investigación. Es “un proceso comunicativo por el cual el investigador extrae una información de una persona” (Alonso, 1998:67). Esta técnica es generalmente utilizada “cuando se busca acceder a la perspectiva de los actores, para conocer cómo ellos interpretan sus experiencias en sus propios términos” (Piovani, 2007b: 220).

Así, complementamos las entrevistas con la observación participante, permitiéndonos conocer situaciones que no son observables directamente, lo cual nos ayudó a acceder al universo de significaciones de los actores.

Extensión como función social de la universidad

En este trabajo retomamos a los autores Pastore, Baliño y Rosas (2012) quienes analizan el giro en la extensión universitaria que se viene dando en los últimos años. A través de un análisis que realizan de dicha función vinculada a organizaciones cooperativas y de economía social y solidaria plantean que puede apreciarse como la extensión universitaria viene siendo crecientemente reconocida en la agenda universitaria, particularmente en lo que hace a su función específica de vinculación con el medio comunitario y socio-productivo. Al tiempo que se están realizando avances en el reconocimiento institucional y académico de la extensión como una de las tres funciones sustantivas de la universidad, crecen las iniciativas de extensión universitaria vinculadas específicamente al cooperativismo y la economía social.

Así es que consideramos a la extensión como una práctica social histórica por lo que debemos pensarla en relación a un modelo de país y a un modelo universal.

Los autores identifican dos grandes grupos de acciones que por lo general se enmarcan en las áreas de extensión universitaria: a) las que se ocupan de la difusión cultural, de actividades deportivas o de bienestar estudiantil; y b) aquellas que promueven la vinculación con grupos y organizaciones de la comunidad, con la finalidad de atender necesidades sociales desarrollando actividades de capacitación, acompañamiento técnico o prácticas formativas socioeducativas.

Es el último grupo de acciones el que concita la atención de los autores y también la nuestra en este trabajo en función de analizar de qué manera se da la relación entre extensión universitaria y economía social.

Nos interesa también el aporte de Leandro Sorbello (2007) para nuestro análisis, el explica que el rol social de la universidad pública se ha varado con el contexto social afectado por la transformación del modelo productivo tras la implementación del modelo neoliberal en la Argentina “...y esos cambios han obligado a redefinir la función de la extensión universitaria, teniendo en cuenta la redefinición de la universidad como un actor estratégico coyuntural” (Sorbello, 2007: 3).

Retomamos ese supuesto de universidad como actor estratégico a través de la extensión, en un contexto social signado por la crisis al analizar el caso del de la Economía Social y Solidaria.

Coincidimos con Sorbello al visualizar la redefinición de la universidad como actor estratégico en la configuración de un nuevo contexto. Se produce un nuevo debate en torno a la función de la extensión universitaria, remitiéndola a sus orígenes en el marco de la Reforma del 18. Aquí se considera la extensión como la función que define políticamente el rol social de la universidad; en el otro extremo, encontramos una lectura que limita la función de la extensión universitaria a su sentido

técnico, es decir la extensión sólo como herramienta. Cada uno de esos modelos teóricos da como resultado modelos de universidades totalmente distintos.

La UNLP, la extensión universitaria y la Economía Social y Solidaria

La extensión universitaria ha tomado cuerpo y difusión en los últimos años a la par que se institucionalizó cada vez más.

Pareciera que la mirada apunta a romper con el concepto de que la universidad “extiende” conocimiento y en su lugar aparece una mirada de construcción compartida, donde la universidad se abre y se integra con la comunidad de la que es parte. Tomando las palabras de Dagnino, no debemos hacer “extensión” sino “intención”, es decir, intención de conocer los problemas y resolverlos e internalizar así la agenda social.

En sintonía con estas políticas, la normativa que promueve la creación de consejos sociales en ámbitos universitarios, señala la importancia de que en ellos participen diversos sectores de la comunidad y destaca el rol activo que los mismos están llamados a cumplir.

Rompiendo con la inacción que parece haber prevalecido hasta fines de los ´80, desde el año 1993 la UNLP desarrolla en forma ininterrumpida convocatorias propias a proyectos de extensión.

Más recientemente, en su estatuto del año 2008, la UNLP reconoce el desarrollo y fomento de la extensión como una de sus tres funciones primordiales y define como objetivo de la misma la búsqueda de respuestas a problemas sociales, fundamentalmente de aquellos sectores más vulnerables por no tener sus derechos esenciales garantizados.

Dicho documento define la extensión como “... un proceso educativo no formal de doble vía, planificada de acuerdo a intereses y necesidades de la sociedad, cuyos propósitos deben contribuir a la solución de las más diversas problemáticas sociales, la toma de decisiones y la formación de opinión, con el objeto de generar conocimiento a través de un proceso de integración con el medio y contribuir al desarrollo social.” (Estatuto UNLP: 9).

En tanto función básica del accionar universitario, establece explícitamente que la extensión cubrirá su rol “... contribuyendo al tratamiento de los problemas que afectan al bienestar de la comunidad, la reconstrucción del tejido social, el desarrollo económico sustentable y el fortalecimiento de la identidad cultural”. (Estatuto UNLP 2008: Preámbulo).

Y claramente se establece que no podrá mediar propósito de lucro en estas actividades entre los actores e instituciones involucradas.

Las políticas de extensión universitaria de la UNLP forman parte de un proceso a nivel nacional de concientización y debate vinculado a la definición de políticas en materia de extensión universitaria que apuntan a la jerarquización y promoción de la actividad. Esto incluye al propio Ministerio de Educación de la Nación y permite estar en mejores condiciones para reclamar mayor presupuesto nacional destinado a la extensión universitaria. También en los últimos años se concretaron encuentros

y jornadas de extensión universitaria a nivel nacional donde se da el debate e intercambio de experiencias que enriquecen el quehacer de la extensión, mejorando la articulación entre las universidades y la comunicación externa (UNLP. Plan estratégico 2010-2014).

Es importante en esta línea la creación del Consejo Social, órgano dependiente de la Secretaría de Extensión de la UNLP. Consideramos que su creación y funcionamiento puede tomarse como un indicador del contenido y concepto de la extensión universitaria que hoy subyace en la institución académica.

El 28 de septiembre de 2010, el Consejo Superior de la UNLP, aprueba la creación y conformación del Consejo Social como un órgano asesor de la Presidencia de la UNLP, una instancia multisectorial “que permitirá planificar acciones para el desarrollo productivo y la recuperación de los derechos esenciales del conjunto de la población”.

Se presenta oficialmente al Consejo Social como una iniciativa que se propone materializar una de las líneas de acción de la Universidad Nacional de La Plata, el fortalecimiento de “*las relaciones institucionales con el Estado, con otras universidades, con los actores de la demanda y la construcción social y con organizaciones de la sociedad civil.*”¹

Tal como lo establece el Plan Estratégico 2010-2014 sobre Extensión Universitaria de la UNLP, el Consejo buscará reunir a los principales actores sociales de la región junto con la comunidad universitaria, para profundizar muchas tareas que actualmente la universidad desarrolla desde el área de extensión, y también para determinar nuevas líneas de trabajo tanto para la extensión, como para la transferencia y la investigación.

La *comunidad* que aparece entonces representada por los distintos niveles de gobierno, organizaciones sociales, sindicales, organismos de ciencia y tecnología y la propia comunidad universitaria, fue convocada entonces para la conformación del espacio, con diferentes respuestas.

Lo nuevo para la universidad entonces es la incorporación de las organizaciones sociales. La inclusión de sectores de la comunidad a la universidad al debate de qué y cómo hacer para responder a las diferentes necesidades de la comunidad que rodea la universidad.

El Consejo Social decide abordar como uno de sus primeros temas de trabajo la economía social y solidaria. A esto se llega gracias a la acción de dos variables: el propósito de la universidad de constituirse en un actor estratégico a través de la extensión, en un contexto social signado por la crisis; así como el recorrido preexistente de docentes y alumnos extensionistas pertenecientes a diversas unidades académicas, que sienta un precedente exitoso y genera una dinámica propia de trabajo conjunto con productores y otros actores sociales.

ESS y Mercados solidarios

Desde Adam Smith se entiende al mercado como una *mano invisible* capaz de regular a la sociedad capitalista hacia una armonía en donde a partir de la búsqueda del interés particular se alcanza

¹Página web institucional Consejo Social (http://www.unlp.edu.ar/consejo_social)

el interés de todos. Como afirma Coraggio (2010) la visión neoliberal, hegemónica en el sistema capitalista, está centrada en una economía de mercado partiendo de la premisa que cada individuo naturalmente actúa de manera egoísta, impulsado por la búsqueda de su beneficio particular, siendo este comportamiento competitivo e individualista constitutivo del ser humano; a su vez, el mercado sería la forma natural de organizar la economía, dando por sentado que es como siempre existió. Partiendo de la existencia de recursos escasos y fines múltiples, el problema económico consiste en poder asignar de manera óptima tales recursos escasos a los fines múltiples, con lo cual la economía se basa en una tarea administrativa que no problematiza qué es y qué no es un recurso sino que considera como tal todo aquello que pueda servir como medio para lograr un fin, quedando escindida de lo político, cultural y social.

Por el contrario, aquí consideramos que la economía es un campo de confrontación de intereses, de visiones, de concepciones y de historias, en donde la escasez no está dada sino que es también una construcción social. El mercado no es un mecanismo que establece los parámetros de organización social, sino que consiste en un instrumento que socialmente se construye, regula y perfecciona.

En la actual fase de crisis del capitalismo cobran protagonismo diferentes formas organizativas y respuestas desde los sectores populares que nos hacen repensar los marcos de interpretación para resignificarlos y/o construir nuevos. Paralelamente a las experiencias territoriales que integran lo que denominamos ESS, es necesario desarrollar un campo de estudio que reconozca tales prácticas, permita visibilizarlas y genere pensamiento crítico sobre las mismas. En ese sentido es que, frente a la visión hegemónica descrita, hay también otras miradas que, con sus diferencias, coinciden en oponerse a la concepción del mercado total como dogma individualismo utilitarista.

Para contextualizar, afirmamos que diferentes organizaciones colectivas construyen estrategias como respuesta social a los dilemas relacionados con los problemas estructurales de integración social que surgieron de las crisis del empleo asalariado y del Estado social tradicional. Asimismo, diversos autores se enmarcan en la promoción de “otra economía” cuyo principal horizonte de acción es su finalidad social, su arraigo en comunidades territoriales, su forma de gestión autónoma y democrática y su perspectiva de sustentabilidad integral -económica, social, ambiental e intergeneracional- (Pastore, 2010). Son conceptualizaciones que en su mayoría recuperan el sentido sustantivo de la economía, se proponen un horizonte de transformación social, de construcción de una economía anclada en otros valores diferentes al dogma utilitarista, en donde la economía no aparezca escindida de la sociedad, y cuyo eje sea el trabajo, pero un trabajo que permita satisfacer las necesidades y deseos de todos a través de una relación armónica con el medio ambiente.

Siguiendo a Pastore (2006), en los últimos años ha resurgido significativamente la expresión *economía social* así como otras denominaciones afines, siendo su antecedente empírico

la expansión de estrategias socio-productivas autónomas de los sectores populares y organizaciones de apoyo desarrolladas como respuesta social al aumento de la exclusión social, pobreza, y precariedad laboral características del mundo contemporáneo.

En tal sentido, Pastore (2010) afirma que la Economía Social y Solidaria (ESS), que puede ser entendida en tres dimensiones (empírica, conceptual y propositiva²), consiste en:

un espacio común a las experiencias históricas del cooperativismo y mutualismo (conjunto también llamado ‘economía social tradicional’), así como a estas nuevas formas organizativas de hacer economía social (llamada “nueva economía social” o “economía solidaria”). Sin duda, dicho conjunto abarca una diversidad de experiencias, organizaciones y emprendimientos que tienen características distintivas entre sí, pero desde nuestro punto de vista, lo más significativo es que poseen una matriz identitaria de atributos compartidos, entre los que se destaca el desarrollar actividades económicas con una definida finalidad social (en términos generales, mejoramiento de las condiciones, ambiente y calidad de vida de sus propios miembros, de algún sector de la sociedad o de la comunidad en un sentido más amplio), a la vez que implican elementos de carácter asociativo y gestión democrática en un contexto de autonomía tanto del sector privado lucrativo como del Estado. (Pastore 2010: 2)

Por su parte, Coraggio (2010; 2013) afirma que no hay una sola forma de hacer economía sino que existen diferentes subsistemas económicos, con distintas lógicas, recursos y actores, que se interrelacionan entre sí a lo largo de la historia, lo cual nos ayuda a pensar la posibilidad de construcción de otra economía. Este autor parte de una economía mixta en la cual predomina la economía del capital, para lo cual considera que es desde el sector popular desde donde se puede construir la ESS, y dar un pasaje hacia una economía en la cual el trabajo vuelva a ser el eje central; pero un trabajo que se centre en la calidad de vida, en el buen vivir, en la reproducción ampliada en la vida de todos y todas, etc.

Se trata de una construcción práctica y de sentidos hacia procesos de transformación social para construir *otra economía* (siguiendo a Coraggio, una *economía del trabajo*) como proyecto de sociedad que se organiza en torno al trabajo asociado, auto-gestionado y cooperativo para alcanzar la reproducción ampliada de la vida de todas y todos³. Es decir que no sólo se trata de incluir a todos sino también que no remita meramente a la reproducción simple de fuerza de trabajo sino a impulsar una

²Estas tres dimensiones son: a) una dimensión empírica que da cuenta de diferentes tipos de experiencias socio-económicas con objetivos sociales; b) una dimensión conceptual que expresa un enfoque de lo que es la economía, diferente al de los economistas convencionales; c) una dimensión propositiva acerca de un proyecto de transformación social (Pastore, 2006)

³“La reproducción ampliada de la vida tomada de un concepto de los pueblos originarios de América Latina que es el buen vivir. La reproducción ampliada de la vida no es consumir más, consumir más nos puede llevar a la drogadicción. La reproducción ampliada de la vida es generar desde nosotros, desde nuestros vínculos, desde nuestras estructuras, desde nuestras políticas, mejores formas de vivir, donde la gente realmente seamos más saludables, donde estemos mejor. Este es el objeto de la economía social y solidaria, es la finalidad de esta economía”. (Pastore, 2011).

economía alternativa, que se base en el trabajo, y que lleve a una mejora continua de la calidad de vida de todos.

Para esta construcción, es esencial construir otros mercados, es decir mercados con una lógica diferente. Así, entendemos al mercado como “una institución responsable de la coordinación de múltiples iniciativas autónomamente dirigidas para expresar necesidades y requerimientos productivos, o para organizar la producción de bienes y servicios útiles para el consumo o la producción. Pero no es el único mecanismo posible” (Plasencia y Orzi, 2007).

Partiendo de este marco de interpretación podemos dar cuenta que el mercado es una institución, una construcción social histórica, una realidad políticamente construida por el hombre. Esto nos permite pensar en la construcción de mercados que acompañen y coadyuven al desarrollo de una ESS. Según Caracciolo Basco (2013), los mercados solidarios son aquellos construidos por la ESS (en general con apoyo del Estado); espacios en los cuales se establecen relaciones sociales entre productores y compradores, ancladas en una ética nueva que guía nuevas prácticas económicas: eliminación/disminución de la intermediación, precio justo, no explotación del trabajo, calidad, equidad de género, cuidado del ambiente.

Para el desarrollo de la ESS resulta esencial la construcción de mercados solidarios, en los cuales la solidaridad sea un eje central, y en el cual sus participantes *actúan con una lógica en la que la búsqueda de ventajas económicas particulares se realiza en el marco de consideraciones morales, que limitan el campo de las acciones aceptables de modo que nadie pueda resultar afectado en las condiciones de reproducción de su vida (Orzi y Plasencia, 2007: 5-6).*

En un mercado solidario el objetivo principal es la reproducción ampliada de la vida de todos, impulsando una economía alternativa que permita la mejora continua de su calidad de vida, en donde los intercambios pueden regirse por prácticas y valores solidarios.

Sintetizando entonces, al considerar que los mercados son construcciones sociales, históricas, que pueden ir modificándose, teniendo en cuenta el juego de las relaciones de poder que conllevan, creemos que es posible (e incluso estamos convencidos que es deseable) la construcción y fortalecimiento de mercados enmarcados en la ESS que aquí llamaremos mercados solidarios.

La importancia de la construcción y fortalecimiento de mercados solidarios se ve reforzada a la luz de la crisis estructural del sistema capitalista en donde los emprendimientos de la ESS se encuentran continuamente frente a la dificultad de acceso a mercados convencionales lo cual los ha llevado a buscar nuevos canales de comercialización alternativos que puedan permitirles garantizar la reproducción ampliada de la vida. Consideramos que estos espacios de comercialización que se alejan de lo convencional permiten pensar la posibilidad de construcción de alternativas viables frente a la

lógica hegemónica del sistema capitalista, las cuales no están exentas de dificultades pero permiten pensar que esta construcción es posible.

La Feria de pequeños productores familiares manos de la tierra

Los productores/feriantes de la FPPFMT son en su mayoría provenientes de las provincias del norte argentino o de Bolivia (principalmente de Tarija), familias que tradicionalmente se dedicaron al trabajo en el campo, y que migraron con la esperanza de poder trabajar en mejores condiciones. Hoy se sitúan en la zona rural y peri-urbana del Gran La Plata (Villa Elvira, Arana, Melchor Romero, Abasto, El Peligro, Villa Elisa, El Pato, Parque Pereyra y Sourigues). En su mayoría son productores hortícolas cuyo margen de acción se encuentra delimitado por el modelo hegemónico del agronegocio. Su modo de producción se caracteriza por tener como principal fuente de mano de obra al grupo doméstico, siendo su producción y la tecnología que utilizan mano de obra intensiva, y produciendo principalmente de manera convencional. En general, arriendan un terreno ajeno en condiciones muy desfavorables para ellos (el monto del alquiler aumenta continuamente, no pueden construir en su quinta una vivienda de material, etc.). Su volumen de producción es insuficiente y/o discontinuo; además tienen problemas de logística como no contar con lugares de acopio o tener que recurrir a servicios de flete pagos; y la normativa de control de calidad/inocuidad e higiene son inapropiadas para los pequeños productores ya que fue pensada para grandes empresas (Caracciolo Basco, Dumrauf, Gonzalez, Moricz & Real, 2012).

En su mayoría, la principal opción con que cuentan para vender su producción es la denominada *culata de camión*, es decir, la venta de su mercadería a un precio muy bajo a quienes entran con camiones a comprarles directamente en la quinta para luego revenderlo en mercados concentradores. Como vemos, es un sector con diversas dificultades para alcanzar la reproducción ampliada de su vida en condiciones dignas, entre las cuales destaca la comercialización.

Partiendo de esta realidad, en el año 2005 nace un proyecto de extensión universitaria de la Facultad Ciencias Agrarias y Forestales (Banco Social) y al que luego se incorporaron paulatinamente otras facultades de la UNLP para ir ampliándose y diversificándose. En sus orígenes, consistía en brindar una herramienta específica: el financiamiento a través de fondos rotatorios de las actividades productivas, enmarcada dentro de una estrategia integral con un enfoque socio-territorial de desarrollo rural (adaptando la metodología de microcréditos del Banco Grameen). Su objetivo fue generar nuevos instrumentos que permitan a los productores familiares mejorar sus condiciones de vida en un sentido amplio, ya sea en aspectos económicos, sociales, culturales y políticos.

La utilización del fondo rotatorio favoreció el fortalecimiento de la organización de los grupos, lo que confluó en la constitución en 2008 de un Consejo de Productores que funciona como órgano democrático integrado por representantes de todos los grupos de agricultores familiares que participan

del Banco Social, siendo un espacio de encuentro, consulta, toma de decisiones, etc. De este espacio participaban todos los grupos que recibían microcrédito, quienes en muchos casos no se conocían previamente. Entre las diferentes problemáticas que se planteaban allí, se destacaba la comercialización, lo cual dio origen al surgimiento de la FPPMT. Así nació entonces esta experiencia como respuesta colectiva de los productores frente a la problemática del acceso al mercado, buscando conformar un espacio en donde vender sus productos de una manera más justa, en relación directa con los consumidores.

Desde octubre de 2008 la FPPFMT funciona este espacio de comercialización en donde diversos agricultores familiares de la zona venden su producción directamente a los consumidores, ubicado todos los miércoles en la entrada de la Facultad de Ciencias Agrarias y Forestales, incorporándose en 2011 también la Facultad de Ingeniería los días viernes. Actualmente participan 8 grupos de productores, teniendo cada grupo hasta 3 puestos asignados, por lo que en algunos casos van rotando para que puedan participar todos los productores del grupo que quieran ir. En este espacio los hortícolas tienen un precio fijo y único que definen conjuntamente al inicio de cada jornada.

La feria suele ser similar los miércoles y los viernes; participan siempre la misma cantidad de productores hortícolas, pero algunos de otros rubros van variando. Hay aproximadamente 8 puestos de verduras uno al lado del otro, un productor que tiene un vivero y lleva un conjunto surtido de plantas a la feria; una señora que vende huevos de campo; otro puesto con cactus y algunos productos como lana, revista La Pulseada, por ejemplo; y un puesto de miel atendido por un apicultor. Además los miércoles también hay un puesto que vende dulces y conservar caseros y los viernes dos artesanas que venden tejidos, accesorios y también sumaron hace poco conservas caseras.

El horario de funcionamiento de la Feria es de 9 a 14 hs. en primavera y verano, y de 10 a 14hs. en otoño e invierno, para lo cual los productores suelen llegar alrededor de las 7 de la mañana a descargar su mercadería, armar el puesto, etc., y luego acordar el precio. Los productores/feriantes deben asistir a las reuniones mensuales que se realizan todos los segundos miércoles de cada mes en la Facultad de Cs Agraria y Forestales, lo cual funciona como un espacio de encuentro, debate y resolución de las cuestiones operativas del funcionamiento de la feria, y en donde se va revisando continuamente el reglamento interno acordado por todos los feriantes.

Si bien la feria es similar en ambos espacios, la ubicación donde funciona los miércoles es en un espacio más alejado del centro que es transitado casi en su totalidad por personas ligadas a las facultades cercanas; los viernes, por su parte, hay más movimiento de personas ajenas al ámbito universitario porque está cerca de colegios, locales comerciales, etc. Ya que está en un espacio más cercano al centro de la ciudad con gran circulación de gente. Un denominador común en ambos espacios, es que la feria funciona al aire libre, con lo cual los días de lluvia suele suspenderse. Por

último, queremos mencionar que una de las necesidades que plantean tanto desde los organizadores como los productores, es el deseo de poder vender toda su producción en estos espacios para poder dejar de venderla en los canales convencionales de comercialización. Para ello, es importante contar con un espacio físico cerrado, amplio, con un espacio de acopio quizás, y sería también deseable compartirlo con otros rubros para atraer más compradores, y que las familias hagan todas sus compras allí. Precisamente con estas características es que surge el proyecto del Paseo de la Economía Social y Solidaria (PESyS) en el marco del Consejo Social de la UNLP.

El Paseo de la Economía Social y Solidaria

Revalorizando como antecedente la experiencia del proyecto de extensión de la FPPFMT, que se veía cada vez más arraigada, y buscando dotar de un espacio de comercialización a las diferentes organizaciones de la ESS, surge dentro del Consejo Social de la UNLP el proyecto del Mercado de la Economía Social y Solidaria (PESyS) hacia fines del año 2011 *“con el objetivo de fortalecer a los productores de la economía social de la región, dotándolos de un espacio físico adecuado para comercializar ‘del productor al consumidor’, y además buscando diferentes estrategias para llegar a los sectores más vulnerables de la comunidad con sus productos, con mejor calidad y mejor precio.”* (Diálogos del Consejo Social N° 1: 17).

En este proyecto confluyen organizaciones de la economía social, entre ellas, algunas conformadas por pequeños productores de la agricultura familiar y otras por emprendedores familiares organizados en cooperativas o asociaciones civiles. Es una característica distintiva de este proyecto el requisito de estar asociado entre productores/emprendedores en una organización para poder participar del mismo. Ningún emprendedor, productor, artesano, puede formar parte del PESyS ni tener su puesto de venta en él si no está asociado a una organización que lo contenga, ya que son organizaciones los “sujetos integrantes” del Paseo. El PESyS es un proyecto que busca caracterizarse entonces por su conformación a partir de organizaciones, de la suma de asociaciones, organizaciones de la sociedad civil previamente constituidas.

En cuanto a la organización interna, la composición del Mercado de la Economía Social se realizó en base a que todos los integrantes del Consejo Social pudieran proponer emprendimientos de la economía social constituyéndose un registro entre los meses de abril y mayo de 2011.

Algunas de las organizaciones que integran actualmente el PESyS son: Manos de la Tierra, Cooperativa Nueva Esperanza; Cooperativa SurGBA; CAPPP (Cooperativa Agropecuaria Productores Parque Pereyra); Cooperativa Moto Méndez; APABE; ONG ACIs (Asociaciones Civiles Integradas); ONG Barrios del Plata; Guadalquivir; Comunidad QOM Raíces Tobas; CTA Provincia; Movimiento Patria Grande; Agrupación María Claudia Falcone; Productores de la Municipalidad de Brandsen.

De esas organizaciones, cuatro de ellas son asociaciones de productores hortícolas incluyendo un floricultor, y entre los demás rubros hay productores apícolas, artesanos (textiles, de alimentos,

bijouterie, bebidas entre otros).

Desde los orígenes del trabajo de la Comisión de la Economía Social y Solidaria, ante la realidad de los tiempos que demandaría la implementación de un paseo permanente, se decidió poner en práctica una feria, mientras la ejecución del objetivo final del proyecto se va resolviendo. Posteriormente el Mercado cambió su nombre por el de ***Paseo de la Economía Social y Solidaria***, cambio que se fundamentó en la necesidad de fortalecer la identidad propia, diferenciándose del “mercado” de la economía tradicional⁴ y a su vez darle el sentido que la palabra “paseo” representa en cuanto a la idea de que el espacio contenga actividades culturales, talleres, capacitaciones permanentes.

Así, en diciembre de 2011 se llevó a cabo la 1° Feria de Productores por un “Mercado de Economía Social y Solidaria” en la búsqueda de generar nuevas formas de producir y de vender. Esta feria del PESyS se realiza en el espacio de entrada del edificio del Rectorado de la Universidad, donde los productores ponen a la venta directa al consumidor sus productos. Las mismas comenzaron a hacerse una vez al mes, y paulatinamente fueron ampliando sus días hasta alcanzar en 2016 una frecuencia de tres viernes al mes.

En su definitiva aceptación por parte de la comunidad influyó el exitoso antecedente de la FPPFMT la cual sentó un precedente de feria en espacios de la Universidad y allanó la posibilidad de pensar su instalación en un espacio como el del Rectorado de la UNLP. Dicho espacio cuenta con la característica de ser abierto, es decir, semi-público cuestión que convierte en un ambiente propicio para la venta por permitir la circulación y situarse a su vez en un lugar céntrico de la ciudad. Por otra parte el hecho de la universidad, específicamente el Rectorado “abra sus puertas” a la instalación periódica del PESyS es un ingrediente más para diferenciarse de otras ferias que se dan en la ciudad, puesto que a diferencia de la mayoría de ellas, no funciona en una plaza o boulevard sino que se identifica directamente con un espacio tradicionalmente asociado a otras funciones.

El Rectorado de la UNLP donde la feria se realiza está enclavado en un contexto de barrio administrativo, educativo, comercial y de bancos. Un barrio de gente “de paso”. El orden de ubicación de artesanos y productores es fruto del debate y consenso obtenido en las reuniones. Si bien luego se fueron replicando las ferias del PESyS en diferentes espacios, aquí analizaremos únicamente su espacio originario y central que es el patio de ingreso al rectorado.

Mercados solidarios: La FPPMT y la feria del PESyS

Tanto las ferias del PESyS como en la FPPFMT son principalmente un espacio de

⁴Dado que el proyecto busca conformar un espacio que se guíe por ciertos valores de la economía social: precio justo y garantía social; Cooperación y complementación; Productores y/o emprendedores organizados; Venta directa del emprendedor y/o productor al consumidor; Producción propia; Intercambio de prácticas y saberes; Organización comunitaria; Visualización de los pequeños productores.

comercialización, de intercambio en el cual cada productor, artesano, emprendedor, etc. coloca en una mesa o cajón lo que produjo para ofrecerlo a los compradores que a cambio le dan una suma de dinero. En el caso de la FPPFMT, el monto que reciben por cada uno de sus productos en este espacio es muy superior al que les dan los camiones que ingresan directamente a su quinta llevarse la mercadería para luego de una cadena de intermediación situar en mercados convencionales. Para quienes participan del PESyS es en su mayoría uno de los pocos espacios que encuentran en donde poder vender lo que han construido con sus manos, ya sea ellos o diferentes miembros de las organizaciones a las que pertenecen. En tal sentido, podríamos decir que es un espacio de acuerdos económicos, de intercambio, que les permite valorizar su trabajo.

Si bien tienen ciertas limitaciones, como el hecho de que sea al aire libre, con lo cual los días de lluvia suele suspenderse (o si van no venden mucha cantidad), el escaso volumen de venta en la feria en relación a su producción (que en el caso de los hortícolas no les permite dejar de vender en el mercado concentrador o en la quinta, porque en la feria *“no vendés todo” “lo que no vendés lo tenés que tirar”* y *“en la feria defendés el precio pero el camión lo bueno es que te lleva todo”*), los feriantes en general dan cuenta de una apreciación positiva de la feria ya que afirman que si fuese más días la feria y/o si se pudiera vender toda su producción allí, sería este su único canal de comercialización.

En ambos casos los feriantes mencionan que tienen clientes “fijos”. Se ve en los puestos que la gente hace fila y esperan que los atiendan. Luego se saludan con una sonrisa, preguntan cómo andan y en algunos casos tanto productores/feriantes como consumidores se preguntan por cómo está la familia, los hijos, el trabajo, o se consultan recetas, etc. Inclusive algunos, como Susana, cada viernes espera con dos maples de huevos a Ramiro, un médico que va hasta allí a retirar ese pedido, y si llueve o si se desencuentran, se contactan por teléfono. También Manuel que es viverista, a veces separa una bolsita con alguna planta para alguien que se la encargó, o Camilo con miel o stevia que a veces le hacen encargos y él, sin aceptar una seña, toma el pedido y a la semana siguiente lo lleva y deja separado esperando que vengan a retirarlo. Estos ejemplos, que son tan sólo algunos de los que presenciamos, reflejan que este canal de venta directa implica otro tipo de relaciones, diferentes a las convencionales en donde la confianza cumple un papel importante; son relaciones que surgen a partir del encuentro, del compartir momentos y saberes, y esto lo permiten precisamente los espacios de venta directa del productor al consumidor.

Asimismo, en este marco también surgen a veces conflictos, dado que algunos compradores se acercan y cuestionan el precio, justificándose en que es fácil hacer crecer verduras, por ejemplo. En estos casos, no sólo los propios productores explican por qué es el precio de las cosas, qué trabajo hay detrás, cuál es el valor de su trabajo y su producción sino que también algunos clientes que presencian el momento interfieren para defender el trabajo de los feriantes. Esto nos remite a la soberanía

alimentaria porque los circuitos cortos permiten acortar distancia y conocer lo que se consume, cómo fue producido, por quiénes, en qué condiciones, y poder decidir a partir de estos conocimientos, lo cual nos parece de suma importancia en el camino hacia la construcción de otra economía. En tal sentido, algunos feriantes afirman:

"Es lindo cuando la gente te valora tu trabajo (...) Hay personas que siempre vuelven a comprarte, te dicen 'que linda tu verdura', que te sentís bien, que estás haciendo algo bien".

(Entrevista a Romina, La Plata, 30-01-2016)

"La gente va a comprar a Manos por ahí por la verdura que es más, no es muy manoseada, como al mercado viene de una persona, va, lo lleva a una persona, a otra, y así se arruina la mercadería, no es lo mismo (...) A mí me dicen que las plantas que llevan de ahí no se mueren, que las plantas que llevan de otro lado si se mueren". (Entrevista a Luis, La Plata, 05-01-2016)

"O a veces ponemos el mismo precio de la verdulería pero defendiendo la calidad, es mejor calidad. El que ponen en oferta en la verdulería es lo que se está pasando. Y algunos vienen y te dicen 'vos lo tenés más caro que la verdulería' y le digo 'no señora, porque lo que está en oferta es porque está muy rojo, está muy blandito, o porque es chiquitito lo ponen en oferta. Esto fíjese la calidad, la frescura, usted verá si lo quiere llevar o no'. (...) Compran en la feria porque es fresco, porque le dura la verdura y otra es porque sabe de donde está llevando, porque nosotros somos productores". (Entrevista a Belén, La Plata, 09-01-2016)

"vos le contás a la gente lo que hacés, cómo es; ese es tu orgullo porque es tuyo, porque venís y decís 'mira, esto lo hago yo'. Es como decir 'acá está mi trabajo, todo mi trabajo, el de mi familia'. Entonces, bueno, es lindo, yo me acostumbré muchísimo." (Entrevista Elida, La Plata, 11-6-14).

Más allá de los conflictos que surjan en sí, lo que queremos destacar es que precisamente se presentan estos momentos por el hecho de poder contar con un momento de encuentro de productores y consumidores, en donde cada consumidor puede ver de dónde sale lo que consume, quién lo produjo, cómo, en qué condiciones, etc. produciéndose un intercambio que a su vez permite a los productores valorizar su trabajo, defenderlo, y eso es posible por estos espacios de encuentro, que nos permiten pensar en el fortalecimiento de la soberanía alimentaria.

Por otra parte, las ferias son un lugar de encuentro entre productores, entre organizaciones, donde se va dando una construcción de un espacio colectivo que con el tiempo se va fortaleciendo. Además, ir a la feria le permite a la familia el esparcimiento, un salir de la rutina del campo, del trabajo. En algunas visitas pudimos observar que los hijos de los feriantes aprovechan para ir a pasear o jugar al bosque o a alguna plaza cercana con uno de los padres mientras el otro se queda atendiendo el puesto. También en las entrevistas mencionan que "te despejas", "te entretienes", "chismeas", o charlan con la gente, se cuentan cómo están, incluso han dicho "te cambia. Yo a veces me olvido que

estoy enferma, de a ratos me olvidaba que estaba embarazada (se ríe). Y no, ¡es que te olvidás!" (Entrevista a Belén, La Plata, 09-01-2016).

También Luis afirma *"Sí, a mí me encanta, me gusta charlar, me gusta conocer, o sea, ya que estamos tan encerrados salir un poco, entonces viste hay que tratar de crear otro ambiente, qué se yo. Yo soy de eso, yo me prendo a todo"* (Entrevista a Luis, La Plata, 05-01-2016).

Los mismos integrantes del PESYS manifestaron que pretenden convertirse en un espacio que fomente la alegría, el entretenimiento y la cultura. De esta manera pretende ser no sólo un proveedor de bienes de consumo, sino de bienes culturales, de valores (quizás poder multiplicar el modelo de economía social y solidaria así como las relaciones sociales y estándares de vida que ésta propone) y un espacio para establecer vínculos y enriquecerse como persona. Por ello el término de "Paseo", resulta ser especialmente importante como autodefinición para ellos.

Asimismo, si bien en su relato los feriantes no destacan una relación de amistad (excepto con algún otro feriante puntual), pudimos observar que la relación no es meramente comercial. Para afirmar esto nos basamos en algunos momentos que presenciamos, como por ejemplo: cuando alguien falta en un puesto siempre algún compañero pregunta por la salud de algún familiar para ver que no le haya pasado nada, o si alguien está con un dolor o una enfermedad le preguntan cómo está y le dan algún consejo u ofrecen ayuda; si un gazebo se rompe, los demás lo ayudan a arreglarlo o sino comparten el espacio; cuando se llena de gente un puesto una compañera del puesto vecino se lo atiende, o sucede lo mismo si justo la persona de ese puesto había salido; en los momentos en que hay poca gente se los ve circulando entre los puestos, juntándose a charlar en un puesto, luego en otro, se reúnen, separan y vuelven a reunirse, entre comentarios, debates, risas, etc.; se prestan dinero en el día que luego se devuelven; Miriam que vende dulces y conservas hechos con frutas y verduras de su propia producción, le suele llevar semillas a Manuel para que incorpore variedades a su vivero e intercambian consejos; Cuando Susana lleva comidas para vender en el almuerzo y de paso tener otro ingreso que la ayude (como afirma ella), los demás productores no compran en el buffet de la facultad como de costumbre sino a ella, así como también Selene siempre le regala verduras para alimentar las gallinas y también para ella y su familia; Entre feriantes se intercambian productos o se los venden a un precio menor. En el marco de una entrevista a una productora hortícola, comenzaron a llegar otros feriantes a su casa, con sus familiares, que estaban ahí porque había asado, para despedir el 2015 y empezar el 2016 (pasaban con bebidas, vasos, con verduras para lavar, cortar, hervir, mientras estaba prendido el fuego y varios sentados alrededor contando anécdotas).

Es decir que, si bien en las entrevistas destacan a la feria principalmente como un ingreso extra, *"una entrada más"*, un lugar donde defender el precio, pudimos observar que es más que eso; y

en ese algo más identificamos que se construyen relaciones afectivas con los clientes pero también entre los feriantes, entre quienes se va consolidando un espacio colectivo.

“...entonces yo le tomé valor a esa relación social que tiene el Paseo, para mí el Paseo especialmente, más que económicamente, porque lógicamente si es un paseo tiene que ser económico, al margen de eso me doy cuenta que es un lugar que congrega gente, y que aprende a solidarizarse, que aprende a colaborar... hoy por ejemplo no traje la mesa porque no viene Sebastián y no tenía la camioneta, les pedí cajones a los chicos, les pedí tres cajones y me dieron una mesa, ¿entendés? les compré las verduras y cuando fui a comprar, que me faltaba comprar las berenjenas, “¿cuánto vale?”, “para usted tanto”, y me dio más en el kilo. Entonces, son esas cosas que a mí me hacen sentir bien” (Entrevista Elda, La Plata, 17-10-14)

Por último, no queremos dejar de mencionar que en ambos casos se trata de un espacio en donde se van construyendo relaciones entre los feriantes y/o entre las diferentes organizaciones generando/fortaleciendo espacios colectivos, pero a su vez también se va construyendo y fortaleciendo la relación con el Estado.

Por un lado, en el caso de la FPPFMT, a partir del proyecto de extensión originario, los productores se vincularon más con el Estado desde sus distintos espacios, aunque siempre primando la Universidad y luego el INTA. En su mayoría los feriantes mencionan que están agradecidos a la universidad por dejarlos vender ahí, por permitirles estar en ese espacio. Generalmente este agradecimiento aparece personalizado, ya sea hacia el secretario de extensión como los diferentes docentes y alumnos que conformaron el equipo promotor del BS. Consideran también ese microcrédito una gran ayuda, y nos cuentan cómo a partir de su pertenencia en estos espacios es que accedieron a diferentes cursos como los de manipulación de alimentos, talleres sobre agroecología, elaboración de dulces y conservas; accedieron a asesoramiento en temas jurídicos a partir del consultorio jurídico agrario gratuito, entre otros. También en las reuniones mensuales suelen recibir información sobre el monotributo social agropecuario y RENATEA, por ejemplo, debatiendo la importancia de esto y cómo inscribirse. Además en dichas reuniones suelen presentarse estudiantes, como fue mi caso, para conocer la experiencia, hacer alguna investigación, ver cómo ayudar con la difusión de la feria, etc. Esto último consideramos que es importante ya que permite no sólo difundir la feria como espacio de comercialización para llegar a más consumidores sino también visibilizar y difundir la agricultura familiar y ESS y los mercados solidarios. Asimismo, algo que destacan en ambos espacios es la importancia que tiene para ellos poder estar enmarcados en un espacio de la universidad, con el valor simbólico que ello significa para los feriantes y para la sociedad en general.

También es importante para el caso de la feria del PESyS, agregar la variable de proyección a futuro relacionada con la instalación de un espacio permanente para el Paseo, enmarcado en la

institución de la Universidad Nacional de La Plata y toda la cuestión simbólica que existe alrededor de ello: pertenecer a este espacio dentro de la región puede dotar a cada emprendedor de un capital social particular. Por otra parte el hecho de que la universidad, específicamente el Rectorado “abra sus puertas” a la instalación periódica del PESyS es un ingrediente más para particularizar esta feria, que a diferencia de otras ferias que se dan en la ciudad, no funciona en una plaza o boulevard sino que se identifica directamente con un espacio tradicionalmente asociado a otras funciones. También creemos que esto representa la resignificación de las prácticas de extensión universitaria enmarcadas en un nuevo rol que la universidad debe ocupar en la sociedad actual, puede darse una situación antes impensada como ser que la UNLP, “abra las puertas” de su edificio de Rectorado a la instalación periódica de la Feria.

De igual modo, a partir de la construcción de la experiencia de la FPPFMT, no sólo los feriantes comenzaron a recibir invitaciones a participar de otras ferias, sino que fue precisamente este espacio lo que ayudó a que cobrara forma el PESyS. Estos nuevos canales de comercialización alternativos implican más ingresos económicos pero también más espacios en donde defender su trabajo, valorizarlo, y articulación con otras organizaciones y trabajadores, lo cual es imprescindible en la construcción de otra economía.

Consideraciones finales

Cuando comenzamos este trabajo afirmamos que el rol del Estado y de la Universidad es de suma relevancia en la construcción de otra economía, una ESS.

Retomando a Coraggio, las universidades pueden, con su autonomía remanente, reconstituirse en instituciones que más que la reproducción de lo viejo apuntan a contribuir en el logro de objetivos sociales trascendentes. La universidad juega un papel relevante convocando con otros actores colectivos a la sociedad y al Estado a encarar con responsabilidad los problemas del momento actual.

Pero ¿por qué la Universidad respalda estas formas de organización y comercialización, solidarias, relacionadas a la economía social? Es evidente que algo se agotó y que es necesario desarrollar nuevas alternativas para una reproducción ampliada de la vida.

“...la cuestión es si podrán agentes públicos no estatales y “apolíticos” como las ONG “dar la voz a la gente”, contribuir al desarrollo de nuevos poderes, desnaturalizar la economía y hacer nuevamente plausible que el sentido de la Política no es gestionar la reproducción del mundo que tenemos, sino cambiarlo en un sentido progresivo, popular. Pareciera que para esa tarea, no será posible prescindir de un Estado democratizado y de actores colectivos sociales, así como actores expresamente políticos en tanto agentes de transformación estructural”(Coraggio, 2008: 197).

Para poder pensar de otra manera debemos estar formados e informados de otra manera, y ahí radica una de las mayores responsabilidades de la universidad pública, sostiene Coraggio.

Es necesario generar una esfera pública con responsabilidad compartida entre Estado, universidad y sociedad, que propicie la manifestación de la diversidad y el encuentro de saberes, jerarquizando e integrando las prácticas y saberes populares, contribuyendo a democratizar una nueva esfera pública donde se debata realmente el qué hacer.

En esta línea, analizamos los dos casos de mercados solidarios, bajo la órbita de la extensión de la UNLP para ver qué significado tiene para los propios actores que construyen día a día estas experiencias. Finalmente, a través de fragmentos de entrevistas y de notas de campo de nuestra observación participante intentamos dar cuenta de algunos de los diferentes significados que tienen estos espacios para los feriantes y los organizadores de estos espacios.

Afirmamos que las dos experiencias que analizamos representan un ingreso económico, pero no sólo eso. Retomando las características de los mercados solidarios, donde la búsqueda de ventajas económicas particulares de sus participantes se basa en consideraciones morales tendientes a evitar que alguien vea afectada las condiciones de reproducción de su vida, pudimos indagar en otros significados. Así, son además espacios en donde se construyen otras relaciones, que en principio son comerciales (en algunos casos cruzadas por vecindad o parentesco), pero que van transformándose construyendo lazos afectivos, tanto entre los feriantes como entre éstos y los consumidores, así como lazos de solidaridad con otros sectores de la sociedad. Son espacios que no están regidos únicamente por el lucro sino que solidaridad y economía van de la mano, y en los intercambios y el encuentro están presentes la confianza y la cooperación.

En estas relaciones priman valores que mencionamos como característicos de ESS, con lo cual esta experiencia nos lleva a pensar que es posible construir otros mercados con otras características que se adecúen más a otra economía, aún en el marco de hegemonía del sistema capitalista. Es decir que en estas experiencias nos encontramos con todo un tejido social que se construyó allí, que nos habla de la posibilidad de construir una economía y un mercado que reconstruya sociedad, que reconstruya los lazos sociales e integre lo que el sistema capitalista tiende a desintegrar y excluir.

Indagar en estas experiencias también nos ayuda a pensar cómo se pueden construir espacios desde los sectores populares para ir transitando hacia otra economía. Creemos importante conocer estas experiencias principalmente porque creemos que son un punto desde el cual pararnos para pensar en la posibilidad de construcción de alternativas. Y nos pareció que el mejor modo de conocerla era a partir de la mirada de quienes día a día ponen el cuerpo en esta construcción. En tal sentido, tanto la FPPFMT como la feria del PESyS es para los feriantes la posibilidad de que su trabajo sea valorado, es donde hacer valer su esfuerzo, su trabajo, la calidad de lo que producen, y a partir de este reconocimiento los ayuda en la reproducción ampliada de su vida.

Para que hoy existan estas ferias, fue necesaria la participación de los productores, artesanos, emprendedores y las organizaciones que conforman; pero también fue trascendental que la universidad redefiniera su mirada respecto a de la extensión universitaria y se propusiera coadyuvar a la construcción y fortalecimiento de estos espacios. Las universidades deben jugar un papel fundamental en el proceso de sistematización de las experiencias, dando además visibilidad a las iniciativas populares locales, en búsqueda de la subsistencia o la dignidad expropiadas.

Tanto la FPPFMT como la feria del PESyS dan cuenta de que la tarea de recuperar la demanda social del entorno es asumida de este modo por el sector universitario. Y así es que podemos vislumbrar un cambio paradigmático en los objetivos de la extensión universitaria vinculados con el medio comunitario.

En otras palabras, se internaliza la agenda social basándose en una relación dialógica entre universidad y comunidad; es el rol social de la extensión lo que entra en juego.

Por último, creemos que los casos escogidos también dan cuenta que la articulación entre diferentes actores, organizaciones y experiencias es importante y es por dónde hay que seguir el camino. Es un recorrido que no está exento de conflictos ni dificultades que puedan frenar y quizás hacer retroceder un poco sobre los pasos, pero creemos que lo importante es retomar como afirma Chesnais (2009), la necesidad de “fabricar respuestas colectivamente”. Y en tal sentido, queremos finalizar recuperando el concepto de *heterotopía* ya que nos ayuda a pensar esta experiencia como parte de una realidad realmente existente, que se construye día a día en el presente dándonos pistas de un futuro posible de sociedad mejor para todos.

La hetero-topía, como contracara del concepto de u-topía que representa aquello sin posibilidad de existencia, ese no lugar; un horizonte que si bien puede marcar un camino, nos muestra un lugar al que nunca llegaremos. La heterotopía nos muestra que esa meta a la cual queremos llegar está presente en la realidad y en las experiencias existentes, ya sea en forma de latencia o de 'pista'. El horizonte se transforma así en el reconocimiento de esos sustratos de futuro en el presente -un futuro de sociedad mejor para todos y todas-. (Coraggio, 2010: 19)

Bibliografía

- Alonso, L. (1998). *La mirada cualitativa en sociología*. Fundamentos, Madrid.
- Araya Umaña, S. (2002). “Las representaciones sociales: ejes teóricos para su discusión”, en *Cuadernos Sociales*, FLACSO, Costa Rica.
- Caracciolo 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*. Ediciones INTA, Buenos Aires.
- Caracciolo Basco, M, Dumrauf, S. González, E., Moricz, M., y Real, A. (2012), “Modalidades alternativas de comercialización en la agricultura familiar: entre el supermercadismo y la soberanía alimentaria”. VI *Jornadas Nacionales de Investigadores de las Economías Regionales. Economía Social y Solidaria: Experiencias, Saberes y Prácticas*, FCS-UBA, Buenos Aires.
- Caracciolo Basco, M. (2013), *Los mercados y la construcción de tramas de valor en la Economía Social y Solidaria (rural y urbana)*. Programa de Economía Solidaria. Documento de la Cátedra Economía Social y Solidaria. Enfoques Contemporáneos. IDAES. UNSAM. Buenos Aires. Versión Preliminar
- Caracciolo Basco, M. (2016), Situación de la institucionalidad de apoyo a la innovación comercial y de los procesos de gestión comercial de la agricultura familiar en la Argentina. IICA, Buenos Aires.
- Coraggio, J.L. (2007). *Economía Social, Acción Pública y Política. Hay vida después del neoliberalismo*. Editorial CICUS, Buenos Aires.
- Coraggio, J. L. (2010). "Pensar desde la perspectiva de la Economía Social" y "¿Cómo construir otra Economía?", en *Economía Social y Agricultura Familiar*. Ediciones INTA. Buenos Aires. Páginas 25 a 61. Disponible en <http://inta.gov.ar/documentos/economia-social-y-agriculturafamiliar/>
- Coraggio, J.L. (2011), *Economía Social y Solidaria. El trabajo antes que el capital*. ABYAYALA, Flaco, Ecuador.
- Coraggio, José L. (2012). “Karl Polanyi y la otra economía en América Latina”. En: Karl Polanyi. Textos escogidos. Buenos Aires, UNGS/CLACSO. Disponible en: http://www.coraggioeconomia.org/jlc_publicaciones_ep.htm
- Coraggio, J.L. (2013) “Economía del trabajo”. En *Diccionario de la Otra Economía*. Editorial UNGS, Buenos Aires.
- Chesnais, F. (2009) “Un año después del crack bancario y financiero” en *Revista Polis* de la Universidad Bolivariana. Volumen 8, Número 24.
- Dagnino, Renato (2007). “Empezando por la extensión universitaria...”. Conferencia en IIº Seminario Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Hábitat Popular. CEVE -CONICET.

Universidad Católica de Córdoba. Disponible en:

<http://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/Dagnino,%20Empezando%20por%20la%20Extensi%C3%B3n%20Universitaria.pdf> (fecha de consulta: 04/06/2013).

- De Melo Lisboa, A. (2004), “Mercado Solidario”, en *La Otra Economía*. Editorial Altamira, Buenos Aires.
- Herrera Albrieu, María L. N. (2012). “Una mirada sobre la extensión universitaria en argentina”. Universidad Nacional de Colombia (no publicado). Disponible en: <http://www.bdigital.unal.edu.co/7472/1/marialilianaherreraalbrieu.20121.pdf> Fecha última consulta: 14/08/2013
- Hintze, Susana (2004). “Capital social y estrategias de supervivencia. Reflexiones sobre el capital social de los pobres”. En: DANANI, Claudia. (Comp.). *Política social y economía social: debates fundamentales*. Buenos Aires, Altamira; pp. 143-166.
- Pastore, R. (2006). “Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social” Documento N° 54 del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo.
- Pastore, R. (2010). “Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en Argentina” en *Revista de Ciencias Sociales*, Universidad Nacional de Quilmes. Año 2. Número 18.
- Pastore, R. (2011). “Qué es la economía social y solidaria”. Disponible en: <http://www.dosess.org.ar/2011/03/que-es-la-economia-social-y-solidaria.html>
- Pastore, R.; Baliño, G. y Rosas, G. (2012). “La extensión universitaria vinculada a organizaciones cooperativas y de economía social y solidaria. Algunas reflexiones para el debate”. Disponible en: http://www.cac2012.coop/wp-content/uploads/2012/07/EU_y_Cooperativismo_PastoreBali%C3%B1o_y_Rosas.pdf
- Piovani, J.I. (2007a), “La observación”. En Marradi, A., Archenti, N. y Piovani, J. (2007). *Metodología de las ciencias sociales*. Emecé editores, Buenos Aires.
- Piovani, J.I. (2007b), “La entrevista en profundidad”. En Marradi, A., Archenti, N. y Piovani, J. (2007). *Metodología de las ciencias sociales*. Emecé editores, Buenos Aires.
- Plasencia, A. y Orzi, R. (2007). “En torno a los conceptos de mercados solidarios y moneda social”. En *Moneda Social y Mercados Solidarios. Potencial emancipador y pedagógico de los sistemas monetarios alternativos*. Ediciones CICCUS, Buenos Aires, Argentina.
- Rodríguez Salazar, T. (2003), “El debate de las representaciones sociales en la psicología social”. En *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*. Vol.24, Número 93, El colegio de Michoacán, Zamora, México, pp 51-80. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx>
- Sorbello, Leandro. (2007). “La función de la extensión universitaria, como herramienta de la universidad pública, ante las consecuencias de la implementación del modelo neoliberal”.

(Tesina de grado). Mendoza, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Dirección URL del informe: <http://bdigital.uncu.edu.ar/4777>. Fecha de consulta del artículo: 14/02/14.

- UNLP, Estatuto 2008.
- Valles, M. (1997) “Técnicas de Observación y Participación: de la Observación Participante a la Investigación-Acción-Participativa”. En: Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid. Ed. Síntesis.
- **Otras Fuentes**
- Página web institucional Consejo Social UNLP: http://www.unlp.edu.ar/consejo_social
- Consejo Social de la UNLP - Balance 2011 http://www.unlp.edu.ar/consejo_social.
- Presentación al Consejo Superior de la UNLP, del Consejo Social-2012. http://www.unlp.edu.ar/consejo_social.
- Diálogos del Consejo Social. Publicación del Consejo Social de la UNLP. Año 1; N° 1 y N° 2. La Plata, Universidad Nacional de La Plata.
- UNLP. Plan estratégico 2010-2014 - Extensión Universitaria: <http://www.unlp.edu.ar/extension>.