

LA DIMENSIÓN PEDAGÓGICA DE LA CO-CONSTRUCCIÓN DE POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN EN LA ECONOMÍA POPULAR EN ARGENTINA

THE PEDAGOGICAL DIMENSION OF CO-MAKING OF COMMERCIALIZATION POLICIES IN POPULAR ECONOMY IN ARGENTINA

María Mercedes Palumbo¹

Betina Plaza²

Ana Clara De Mingo³

RESUMEN

El objetivo de este artículo es analizar las dinámicas de co-construcción de políticas de comercialización en la economía popular desde una lente pedagógica, atenta a los saberes y aprendizajes que se ponen en juego. Para ello, tomamos dos circuitos de comercialización de la rama rural del Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE) en Argentina: la regional oeste del Área Metropolitana de Buenos Aires y la ciudad de Concordia. Para la producción de la base empírica, se siguió una estrategia metodológica cualitativa que combinó entrevistas, observaciones y registro audiovisual. Los hallazgos destacan cuatro dimensiones en torno a la co-construcción de políticas de comercialización entre el MTE Rural y el Estado, especialmente en el nivel local: la disputa por el espacio público, el acceso al financiamiento estatal, los procesos de formalización y el aporte de saberes por parte de técnicos/as estatales.

Palabras clave: Comercialización, Pedagogía, Co-construcción de políticas, Economía popular, Argentina.

ABSTRACT

The aim of this article is to analyze the dynamics of co-making of commercialization policies in the popular economy from a pedagogical approach, considering the knowledge and learnings involved. For this purpose, we study two marketing circuits of the rural branch of the Movement of Excluded Workers (MTE) in Argentina: the western region of the Metropolitan Area of Buenos Aires and the city of Concordia. For the production of the empirical base, we followed a qualitative methodological strategy that included interviews, observations and audiovisual recordings. The findings highlight four dimensions of the co-making of commercialization policies between the Rural MTE and the State, especially at the local level: the dispute for public space, access to State funding, formalization processes, and the contribution of knowledge by State officials.

Keywords: Commercialization, Pedagogy, Policy co-making, Popular economy, Argentina.

¹ Doctora en Ciencias de la Educación por la Universidad de Buenos Aires (UBA), Magíster en Educación: Pedagogías Críticas y Problemáticas Socioeducativas (UBA), Licenciada y Profesora en Ciencia Política (UBA).

² Maestranda en Educación Popular de Adultos por la Universidad Nacional de Luján (UNLu), Licenciada y Profesora en Psicopedagogía por la Universidad del Salvador (USAL).

³ Doctora en Estudios Sociales Agrarios por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Licenciada y Profesora en Ciencias de la Educación (UNLu).

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo se propone analizar la dimensión pedagógica de las dinámicas de co-construcción de políticas de comercialización en la economía popular en Argentina, a partir de la rama rural del Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), que integra la Unión de Trabajadores/as de la Economía Popular (UTEP)⁴ como organización sindical. Puntualmente, nos focalizaremos en dos casos: las ferias y el Mercado Cooperativo Pueblo a Pueblo de la ciudad de Luján en la regional oeste del Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), y las ferias y el Mercado Pueblo a Pueblo de la ciudad de Concordia, que es parte de la regional Costa del Uruguay de la provincia de Entre Ríos.

El MTE es una organización de carácter gremial creada en 2002 que nuclea a trabajadores/as de la economía popular, organizados/as en unidades económicas -tales como cooperativas, polos, asociaciones y espacios sociomunitarios - que disputan el reconocimiento de derechos laborales y mejoras en las condiciones de trabajo y de vida del sector (Fransoi y Vitali, 2022; Pérsico y Grabois, 2019). Si bien cada rama de actividad que compone el MTE posee su especificidad -cartoneros y carreros, cuidacoches, textil, rural, sociocomunitaria, liberados, Vientos de Libertad y juventud-, mantienen una fuerte articulación en las luchas y en el despliegue de iniciativas políticas en cada regional. La rama rural del MTE, donde se centra este trabajo, se conforma hacia finales de 2015 en el cinturón hortícola de la ciudad de La Plata y luego se expande al resto del país. Las familias de esta rama realizan un trabajo productivo que, en algunas instancias como la comercialización y el agregado de valor, puede plasmarse en una organización cooperativa (Lazarte et. al., 2020).

En estas prácticas sociolaborales, tiene lugar una intencionalidad formativa por parte de los movimientos que integran la economía popular. Poseen la capacidad de provocar aprendizajes, generar nuevas experiencias e incidir en los sentidos, prácticas y discursos de los sujetos acerca de su tarea. Se plantea así una formación en sentido amplio (Caldart, 2000; Guelman, 2011; Michi, 2010) dado que, aunque con grados limitados de formalización, institucionalización y racionalización, se halla una intencionalidad explícita de constitución de sujetos en las prácticas laborales cotidianas, así como la generación de estrategias que operan como mediaciones.

Se parte de la hipótesis interpretativa según la cual la comercialización constituye un aspecto nodal para el crecimiento y fortalecimiento de la ruralidad popular, y que, específicamente, se desarrolla en torno a cadenas cortas vinculadas a la economía popular; es decir, la venta directa entre productores/as y consumidores/as sorteando intermediarios y distancias. El MTE Rural ha desarrollado la herramienta de comercialización Pueblo a Pueblo que busca suprimir la intermediación, garantizar ventas directas y atenuar el alza de precios (Fransoi y Vitali, 2022;

⁴ La Unión de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (UTEP), se conformó hacia finales de 2019, continuando la extensa trayectoria de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP) en la forma sindicato. Actualmente la UTEP nuclea a la CTEP, la Corriente Clasista y Combativa, Barrios de Pie y al Frente Popular Darío Santillán. La CTEP se creó en 2011 asumiendo un rol organizativo-gremial en la reivindicación de derechos laborales, la disputa por políticas públicas y la sanción de leyes favorables para el sector, así como la instalación de sus demandas en la agenda pública. Su composición organizacional se fue modificando a lo largo del tiempo. En sus inicios se encontraba conformada por organizaciones cuyo origen radicaba en el movimiento piquetero que surgió en Argentina hacia mediados y finales de la década del noventa, resultado de la convergencia de diversas prácticas de enfrentamiento al neoliberalismo. Entre estas organizaciones, identificamos al Movimiento de Trabajadores Excluidos (MTE), a La Alameda, al Movimiento Nacional de Empresas Recuperadas por los Trabajadores y al Movimiento Evita. Más adelante se sumaron, en distintas etapas, el Movimiento Popular la Dignidad, el Movimiento Nacional Campesino Indígena, la Unión de Trabajadores de la Tierra (UTT), la organización social y política Los Pibes, Patria Grande, Seamos Libres y la Garganta Poderosa. Pese a las diferencias entre las organizaciones que conforman la CTEP y la UTEP, en términos de posicionamientos político-ideológicos, pedagógicos e inclusive religiosos, tanto como en modos de construcción territorial, ha primado a lo largo de su trayectoria la “unidad en la acción”.

Fernández, 2021). A su vez, un conjunto de leyes como la Ley 27519 de Emergencia Alimentaria Nacional y la Ley Nacional 25724 que crea el Programa Nacional de Nutrición y Alimentación, junto con las condiciones de aislamiento de los primeros meses de la pandemia por el COVID-19, permitieron jerarquizar las cadenas cortas y poner en valor la producción de cercanía (Blaustein et al., 2021; Ambort y Alainez 2020).

La lectura pedagógica aquí ofrecida acerca del trabajo en la economía popular resulta novedosa dado que, por lo general, los estudios se centran en los espacios-momentos de producción y solo marginalmente en la comercialización. Este artículo inicia con una reposición de un conjunto de antecedentes sobre experiencias de comercialización popular, para luego presentar las coordenadas teórico-metodológicas y los casos de estudio. A continuación, se abordan cuatro dimensiones en torno a la co-construcción de políticas entre el MTE Rural y el Estado, en tanto este es un interlocutor de relevancia que condiciona los modos, las escalas y las posibilidades de la comercialización: la disputa por el espacio público, el acceso al financiamiento estatal, los procesos de formalización, y el aporte de saberes de parte de técnicos/as estatales. Estas dimensiones, surgidas del diálogo entre los casos de estudio y la literatura especializada, se encuentran surcadas por intensos procesos pedagógicos, en los cuales los actores involucrados ponen en circulación saberes, así como construyen aprendizajes valiosos.

2. ANTECEDENTES EN TORNO A PROCESOS DE COMERCIALIZACIÓN EN ORGANIZACIONES POPULARES

Existe una diversidad de trabajos acerca de las dinámicas de los circuitos alternativos de comercialización de la agricultura familiar hortícola (Fernández, 2021, 2022; Fernández y Craviotti, 2022). En estos espacios se enfatiza, a partir de diferentes casos en zonas periurbanas -en su mayoría organizados en movimientos populares como la rama rural del MTE, la Red de Comercio Justo del Litoral y la Unión de Trabajadores de la Tierra-, la centralidad de la consolidación de cadenas cortas. Analizan estrategias de venta directa en las explotaciones agropecuarias, ferias y mercados, como así también la comercialización de bolsones de hortalizas agroecológicas. Otro de los aspectos que estos trabajos plantean reside en la valuación, los criterios y los métodos que se impulsan en los circuitos alternativos de comercialización, así como la construcción colectiva del precio de los bolsones. Su foco está puesto en la generación de acuerdos y el trabajo colectivo (Castro y Baldini, 2019; Lili, 2020; Fransoli y Vitali, 2022). En el caso de Berger, Marcos, Casco y Berrondo (2019) se centran en la vinculación entre circuitos de comercialización alternativos, el despliegue de formas de producción agroecológica y su articulación con las políticas públicas en diferentes municipios del conurbano bonaerense.

Por otra parte, hallamos antecedentes asociados a experiencias de economía popular, social y solidaria en ferias, empresas recuperadas y comercializadoras. Estos trabajos enfatizan los modos de inserción laboral, los procesos de autogestión, las prácticas solidarias que allí se gestan, las disputas con otros actores sociales por la utilización del espacio público, y la articulación con políticas estatales para el fortalecimiento de la comercialización (Bertolotti y Ortubia Diaz, 2020; Madoery, 2020; Miño, 2015, 2022; Pérez, Roses y Vuarant, 2021).

Cabe destacar otro conjunto de antecedentes específicos de los casos de estudio retomados en este artículo. En lo que refiere al circuito de Luján, los trabajos del equipo de investigación al que pertenecen las autoras recuperan la dimensión pedagógica y subjetiva de la economía popular en la zona (Plaza, 2022; De Mingo, Almada, Plaza y Vila, 2022; Plaza y Vila, 2022; Palumbo, De Mingo y Plaza, 2022). En esta línea, se destacan los trabajos de Plaza (2022), como parte de su investigación de maestría, que focalizan en las estrategias

de comercialización asociadas a la horticultura, a partir de la experiencia de génesis y primeros años del Mercado Frutihortícola del MTE en Luján. Analizan el Mercado desde los aprendizajes en la práctica cotidiana. Según sus hallazgos, los saberes de orden técnico -que son propios de la producción hortícola- se entraman con saberes propios de la comercialización, así como con saberes político-organizativos que se construyen en los espacios de participación y deliberación del MTE.

Para el caso de Entre Ríos, hallamos un corpus que estudia la comercialización en lo que denominan “economía social y solidaria”, particularmente en la región norte de la provincia (Petitti et al., 2022; Pérez, Roses y Vuarant, 2021; Vuarant, 2018, 2019), y en un caso en grupos asociativos y familias pescadoras artesanales de Concordia que integran el MTE Rural (Vuarant, 2020). Estos trabajos enmarcan la particularidad de Entre Ríos al contar con una ley de regulación y promoción de formas asociativas que ubica al Estado provincial y los municipios en una situación de intervención activa con relación a esta economía, tanto desde el otorgamiento de fondos como desde el rol significativo de agentes estatales en el fomento de experiencias de autogestión y el armado de estrategias de comercialización. No obstante, la perspectiva de abordaje de estos estudios no contempla el aspecto pedagógico. Una excepción es el artículo de Palumbo (2022) que indaga sobre la formación en el trabajo en el MTE Rural de Concordia. Aunque su foco no sea la comercialización, se destacan tres dimensiones: el componente intergeneracional, la articulación urbano-rural, y el marco organizativo de carácter sindical. Estas dimensiones conllevan tipos específicos de saberes (técnicos, políticos, sindicales) y escalas que comprenden la unidad productiva, la rama rural y el movimiento a nivel local y nacional, siendo el marco organizativo el que media entre dichos saberes y escalas.

3. COORDENADAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS

En función del objetivo planteado y considerando los casos de estudio, adoptamos un marco conceptual en torno a saberes, conocimientos y aprendizajes. Tanto las experiencias de comercialización como los procesos organizativos e instancias deliberativas en los movimientos populares rurales se erigen como espacios de formación, en tanto confluyen saberes y conocimientos; a su vez se constituyen en espacios de aprendizaje para los sujetos. La formación en la economía popular señala, entonces, un gesto de ampliación en dos sentidos: por una parte, requiere expandir el concepto de trabajo para visibilizar trabajos distintos al empleo asalariado (De la Garza Toledo, 2011); y por otra parte, invita a una concepción extendida de lo pedagógico, no circunscripta a los ámbitos sistemáticos (Caldart, 2000; Guelman, 2011).

Retomamos la perspectiva de Michi (2010) quien plantea que, en toda experiencia organizativa, se construyen, circulan y reproducen saberes y conocimientos de distinto tipo, vinculados a las prácticas y actividades que desarrollan los sujetos en su cotidianidad y que, en ocasiones, dichos saberes son resultado de la reflexión y el aprendizaje colectivo. Al mismo tiempo recuperamos de un trabajo previo (Palumbo, De Mingo y Plaza, 2022), la operatoria epistémica de intercambio y apropiación de conocimientos en el MTE, en el que se integran saberes político-organizativos junto con saberes técnicos y técnico-populares, con el objetivo de llevar adelante proyectos colectivos como son las estrategias de comercialización⁵.

⁵ Utilizamos la categoría saberes en un sentido amplio, ya que muestra un continuo entre saberes y conocimientos. Recuperamos la diferenciación que realizan Vasco Uribe (2012) y Michi (1998), en la cual los saberes son caracterizados como difusos e imprecisos dado que cuentan con criterios de validación provenientes de la experiencia y la transmisión intergeneracional; en tanto los conocimientos requieren de mayores criterios de validación y poseen un método para su corroboración.

Nuestro enfoque dialoga con la teoría del aprendizaje situado, enmarcada en la perspectiva contextualista (Engeström, 1996; Lave y Wenger, 1991), al postular que cualquier proceso de aprendizaje implica la conformación de comunidades de práctica como proceso social. No basta con un corpus de conocimiento y la intención de alguien de enseñarlo, sino que es necesario que las/os aprendices participen en actividades sociales -sean familiares, sociales o laborales- que suponen la implicación gradual de los sujetos en la tarea (Padawer, 2019; Padawer y Rodríguez Celín, 2015). Así, se recupera la centralidad del contexto en las situaciones de aprendizaje vinculadas a la vida cotidiana (Rogoff, 1997; Cole, 2000). El concepto de comunidades de práctica (Lave, 2011) permite abordar los saberes producidos en los espacios cotidianos analizando cómo, en estas situaciones, los sujetos se relacionan e interactúan “conflictivamente”. En este sentido, resulta significativa la noción de participación periférica legítima (Lave y Wenger, 1991) que remite al modo de adquisición de un conocimiento tácito inmerso en un proceso de división del trabajo, en torno a la idea de “saber hacer”.

La base empírica analizada en este artículo se obtuvo en el marco de proyectos de extensión e investigación impulsados por un equipo universitario inscripto en el Programa “Movimientos populares, educación y producción de conocimiento” del Departamento de Educación de la Universidad Nacional de Luján (UNLu). Desde el año 2019, a partir de un pedido del MTE, se acordó realizar una sistematización de las experiencias de trabajo de la rama rural a nivel nacional. Esta sistematización se plasmó en cartillas, una serie documental⁶, así como ponencias y artículos académicos. Se desarrolló un diseño de tipo cualitativo (Vasilachis de Gialdino, 2007) para comprender en profundidad los procesos socio-históricos, culturales e identitarios implicados. Entre 2019 y 2023, se realizaron recorridas y observaciones participantes en los espacios de comercialización de los dos casos de estudio que se describen en detalle en el próximo apartado. Se efectuaron, además, entrevistas colectivas e individuales a referentes y trabajadores/as con participación en tareas vinculadas a la comercialización. En el circuito de Luján, se participó de distintas tareas cotidianas, así como del desarrollo de espacios deliberativos y talleres de formación en agroecología. Cabe señalar que este trabajo de campo se vio atravesado por el aislamiento social, preventivo y obligatorio en Argentina. La pandemia impactó no solo en el devenir de las estrategias de comercialización sino también en los modos de investigar. Se retomaron entonces herramientas de la etnografía virtual (Hine, 2004) para llevar a cabo entrevistas mediante videoconferencias. Asimismo, es importante destacar que el recorte temporal -anclado en la gestión de Alberto Fernández- da cuenta de un contexto socio-político específico, y de políticas socio-laborales activas en ese momento. A partir de diciembre de 2023, con la asunción de Javier Milei a la Presidencia de la Nación, se configura un nuevo escenario en Argentina con impacto directo en la economía popular.

El análisis que aquí se comparte es de corte inductivo. La información recopilada se plasmó en la elaboración de transcripciones de entrevistas, registros de campo y materiales audiovisuales que permitieron organizar, focalizar y profundizar la indagación. Pese a trabajar con dos casos de estudio, no buscamos una comparación sino partir de la singularidad de cada uno de ellos para, desde allí, analizar aspectos pedagógicos de la comercialización en la economía popular. En este juego entre lo singular y lo común, se inscriben las consideraciones de este artículo. Además, los aportes que planteamos constituyen un diálogo entre la sistematización de la información relevada de la empiria - con alto nivel de involucramiento por parte de las investigadoras- y las coordenadas conceptuales.

⁶ Los capítulos de la serie “Tierra para quien la trabaja, alimentos para el pueblo” se encuentran disponibles en: <https://www.youtube.com/channel/UCx2JadjM7MsZyTLoDWXDfSw>

4. EL MTE RURAL EN LUJÁN Y CONCORDIA

En este apartado, presentamos los dos casos de estudio en análisis: el circuito de la regional oeste del AMBA que se encuentra conformado por el Mercado Cooperativo Pueblo a Pueblo y las ferias semanales en diferentes pueblos del partido de Luján, y el circuito integrado por las ferias y el Mercado Pueblo a Pueblo de la ciudad de Concordia, como parte de la regional Costa del Uruguay, Entre Ríos. La selección de estos dos casos se asienta en dos criterios: por una parte, en los vínculos del equipo universitario con el MTE rural de ambas localidades. Esto permitió la accesibilidad a las experiencias y sus actores para la obtención de información empírica. Por otra parte, encontramos en estos dos casos -en el concierto de experiencias rurales del MTE que fuimos mapeando a nivel nacional- circuitos de comercialización sostenidos en el tiempo y con características relevantes para analizar la especificidad de la política de comercialización gestada desde y en la economía popular. Cabe aclarar que no se busca una comparación entre casos, a modo de un inventario de similitudes o divergencias, sino nutrir la mirada analítica de conjunto sobre nuestro objeto de estudio, a partir de dos realidades singulares -con entramados socio-demográficos, producciones y sujetos diferentes- nucleadas en una misma rama y organización de la economía popular.

Organizamos la descripción de las experiencias considerando los siguientes elementos: el sujeto que las impulsa, el público destinatario, los productos a la venta, así como una breve historización en la que se recupera el impacto de la pandemia y las decisiones en torno al carácter fijo-itinerante de los espacios de comercialización.

La rama rural del MTE en la regional oeste del AMBA (partidos de Luján y General Rodríguez) comenzó a organizarse en 2017 en General Rodríguez, a partir de una asamblea convocada ante un conflicto de tierras como consecuencia del avance inmobiliario, en una zona donde se habían asentado nuevos/as productores/as hortícolas. Estas familias de origen boliviano tenían vínculos previos con la experiencia organizativa del cinturón hortícola de La Plata, desde donde migraron hacia lo que hoy es la regional oeste del MTE, por lo cual este conflicto activó el acompañamiento de las ramas del MTE que ya tenían cierto nivel de organización en Luján. A mediados de 2018, se sumaron productores/as de los alrededores de la ciudad de Luján (Open Door, Carlos Keen y Ruta 5) que también habían migrado desde La Plata. Por ser un grupo reducido, con vínculos de filiación entre sí, el inicio de la rama rural en la zona tuvo una impronta local, con articulación desde su origen con otras ramas del MTE. Actualmente está formada por alrededor de 150 familias. En la regional, la producción se basa en la horticultura “convencional”, con distintos grados de transición hacia la agroecología.

Desde la creación de la rama en esa regional, las estrategias de comercialización comprendieron, a lo largo del tiempo, los siguientes aspectos: a) la venta semanal a pequeña escala de bolsones de fruta y verdura de producción local, incluyendo productos de almacén; b) el Mercado Pueblo a Pueblo de la ciudad de Luján que se constituyó formalmente como cooperativa, y funciona desde principios de 2020 en un galpón cedido por el Municipio; y c) las seis ferias que actualmente se realizan semanalmente en los barrios UNLu, Pueblo Nuevo, Jáuregui, Estación de Luján, Carlos Keen y General Rodríguez.

Con respecto al punto a), los bolsones se retiraban en el predio municipal y la feria de productos de la economía popular, con frecuencia y localización variable. Estos espacios motorizados por el grupo de General Rodríguez, a cargo de mujeres productoras y acompañado por militantes del MTE, duraron solo unos pocos meses. En cuanto al Mercado Pueblo a Pueblo de la ciudad de Luján, el proyecto se creó ante el cierre de los mercados mayoristas locales y el alza de precios, como consecuencia del aislamiento generado por la pandemia, con el propósito

de que los/las productores/as de Carlos Keen, Open Door y General Rodríguez pudieran comercializar de manera directa sus verduras. Esta iniciativa estuvo dirigida inicialmente a la venta mayorista en las verdulerías de la zona, y luego se incorporó la compra pública por parte del Municipio, proveyendo verdura fresca a los comedores de los barrios populares, al hospital y los centros de aislamiento. En menor escala, se realizaron envíos a domicilio a consumidores/as minoristas de bolsones de verduras y frutas. A medida que los mercados mayoristas locales volvieron a abrir sus puertas, se fue reconfigurando la experiencia que pasó a dirigirse más directamente al público minorista. Se incorporó la venta por kilo de frutas y verduras, como también productos de almacén de origen cooperativo, a la vez que se crearon ferias itinerantes. Actualmente, el mercado está coordinado por una productora delegada de la rama rural, y entre tres y cinco mujeres se suman al trabajo como vendedoras que arman los bolsones y atienden los puestos en las ferias. Un pequeño grupo de dos varones colabora con el armado de pedidos, la logística, carga y descarga; y otro pequeño grupo de jóvenes militantes de la rama rural, estudiantes de la UNLu, asume tareas de administración y coordinación. La última estrategia de comercialización mencionada son las seis ferias barriales semanales. A cada feria asisten dos mujeres, una encargada de la venta y otra de la caja. La tarea se inicia con el armado del puesto, en el que ocupa un lugar central la presentación de las frutas y verduras para que resulte atractiva a los/as consumidores/as. A diferencia de lo que ocurre en el Mercado, donde aún hoy se vende al público en general y a las verdulerías por bulto, estos puestos atienden solo la compra minorista. Si bien las mujeres entrevistadas destacan las posibilidades de “hacer una buena caja” al finalizar la jornada -porque la gente ya las espera y sabe que los precios son convenientes-, también reflexionan sobre las precarias condiciones en las que realizan el trabajo: “A veces pasa todo el día y no tenés dónde ir al baño. Yo dejé de tomar agua para no ir al baño y así me enfermé” (Entrevista a P., 27/4/23).

En cuanto a Concordia, el proceso organizativo del MTE se inició a partir de la conformación de la rama rural en el año 2016, a la que luego le siguieron la rama de recuperadores/as urbanos/as, construcción y sociocomunitaria. El MTE rural articula tres sujetos con características específicas y tipos de producción particulares: los/as pescadores/as artesanales, los/as horticultores/as locales y los/as feriantes de productos artesanales. El caso en análisis reúne a sujetos que hacen de la comercialización su identidad y se reconocen como feriantes, junto a otros/as cuya marca identitaria se ancla al tipo de producción (pescadores/as y horticultores/as), aunque participan de espacios de comercialización de su producción. Como señalaba una referente con respecto a la rama rural en la localidad, “es un crisol de actividades que todo se encadena y termina en los espacios de comercialización” (Entrevista a D., 28/04/2021).

Los siguientes espacios de comercialización en Concordia fueron impulsados por el MTE Rural: a) la Feria de Emprendedores de la Plaza “Sociedad Rural” y la Plaza 25 de Mayo que organiza la Asociación de emprendedores y posee un “puesto integrado” en el cual se vende producción hortícola de grupos del MTE, b) instancias de venta de pescado fresco en los barrios en los que se asientan los dos grupos de pescadores/as artesanales pertenecientes al MTE: la Asociación de Pescadores Artesanales de Zona Sur y la Cooperativa de Pescadores Unidos de Benito Legerén, c) la Feria Alimentar abocada a la venta de alimentos con participación activa de horticultores/as que integraban en sus puestos otras producciones de la economía popular local (no solo productores/as del MTE) como pescado y elaboraciones con agregado de valor en base a pescado, miel, yerba, quesos, entre otras, que se creó durante la pandemia y que ya no se encuentra activa, d) el Comedor popular de Pescado “Parador Pal Río” inaugurado a inicios del año 2022 en la costanera de la ciudad. Funciona en época estival y ahí se combina la venta de pescado fresco con una propuesta cultural de espectáculos musicales, y e) el Mercado Pueblo a Pueblo, comercializadora que abrió en septiembre de 2022 en un espacio físico cedido en

comodato por el Municipio y que, hasta hoy, ofrece productos de la canasta básica. El colectivo de trabajo se encuentra conformado por los siguientes grupos: tres personas que realizan la atención al público y el control de stock, otro grupo lleva a cabo la logística, una persona se ocupa de la difusión por las redes sociales, y cuatro personas están encargadas de la administración. Dos personas externas al colectivo de trabajo se dedican al asesoramiento sobre el manejo general de la comercializadora en base a su trayectoria en el campo de la economía popular. Cabe destacar que no todos/as los/as trabajadores/as del Mercado pertenecen a la cooperativa.

Estos espacios de comercialización apuntan a distintos públicos: mientras la Feria de Emprendedores y el Comedor “Pal Río” se dedican especialmente al turismo, aunque también son frecuentadas por personas locales; la Feria Alimentar y el Mercado Pueblo a Pueblo buscan relacionar productores/as con consumidores/as locales en una propuesta definida como “producción popular para consumo popular” (Entrevista a D., 28/04/2021).

Al igual que para el caso del circuito de comercialización de Luján, la pandemia fue un contexto en el que surgieron nuevas estrategias o bien se redefinieron las que se venían sosteniendo pre-pandemia. Para el caso de Concordia, este período implicó la paralización y el cierre de la Feria de Emprendedores que se reinventó a partir de estrategias virtuales (armado de páginas web, difusión por redes sociales, y uso de wasap) y entrega a domicilio. En cuanto al Mercado Pueblo a Pueblo de Luján, se implementaron estrategias similares dirigidas al público minorista durante las fases más estrictas del Aislamiento Social, Preventivo y Obligatorio (ASPO). Además, en línea con el Plan Nacional Argentina contra el Hambre (PACH)⁷, surgió una feria itinerante primero en las colonias de los alrededores de Concordia -cuyos habitantes habían quedado sin posibilidad de ingreso a la ciudad donde generalmente se abastecían de alimentos-, y luego en los barrios populares de la ciudad. Las estrategias que se fueron delineando para la pos-pandemia, a diferencia de la itinerancia de la Feria Alimentar, se desplegaron en dos sentidos: por un lado, el funcionamiento en lugares fijos como el comedor popular y el mercado; y, por otro lado, el afianzamiento de estas experiencias a partir del armado de una cooperativa de comercialización. En el Mercado Pueblo a Pueblo de Luján, la apertura pos-pandemia produjo un desplazamiento desde los/as destinatarios/as mayoristas -verdulerías locales- al público minorista, y a la itinerancia de las ferias en los barrios y pueblos aledaños.

5. LA DIMENSIÓN PEDAGÓGICA DE LA CO-CONSTRUCCIÓN DE POLÍTICAS DE COMERCIALIZACIÓN

La CTEP y luego la UTEP, como organizaciones que asumen la representación colectiva de los/as trabajadores/as de la economía popular, se han propuesto llevar adelante procesos de incidencia en la construcción de políticas públicas favorables para el sector, acorde con sus necesidades y problemáticas en general, y con las especificidades de cada una de las ramas que las componen. Al decir de Natalucci y Mate (2020), esta incidencia en el Estado, en lo referido al nivel nacional, se orientó por un lado, a la búsqueda de reconocimiento como organización representativa del sector y, por otro, a la creación de un sistema de protección social. En cuanto a este último aspecto, la CTEP-UTEP se ha planteado una agenda legislativa para intervenir en la sanción de leyes que den respuestas a sus demandas, así como ha participado de canales de negociación con autoridades del Poder Ejecutivo en sus diferentes escalas (nacional, provincial y local). De igual modo, ha motorizado procesos de mediación para la apropiación y resignificación colectiva de políticas públicas con impacto en los territorios y sus proyectos

⁷ Este Plan fue impulsado por la gestión nacional del presidente Alberto Fernández, iniciada en diciembre de 2019. Entre sus instrumentos, se destaca la Tarjeta Alimentar para la compra de alimentos para el consumo familiar.

de trabajo. Concordamos con Tóffoli (2021) en que el crecimiento de la institucionalización de demandas tuvo lugar por la vía legislativa antes que por el ámbito ejecutivo en el cual las respuestas fueron más fragmentarias y aisladas. La sanción de la Ley de Emergencia Social, hacia finales del año 2016, se considera un hito en los procesos de incidencia en la agenda legislativa (Maneiro y Núñez, 2020; Natalucci y Mate, 2020; Tóffoli, 2021).

En diálogo con los dos casos de estudio, nuestro abordaje de las políticas públicas no es solo desde la óptica de una burocracia estatal que responde ante problemas socialmente relevantes, sino también desde una arena de disputa entre diferentes sujetos gubernamentales y no gubernamentales (Anzorena, 2013). Por lo tanto, las políticas públicas evidencian un carácter histórico, dinámico, relacional y conflictivo. De igual modo, se considera que el rol de los actores no gubernamentales no radica exclusivamente en las mediaciones desplegadas en la implementación de políticas sino también en la participación en su diseño y formulación. Los movimientos intervienen, entonces, activamente en la construcción de políticas al impugnar ciertos aspectos, aceptar, negociar y reelaborar otros, así como desarrollar iniciativas propias que buscan ser formalizadas (Grimberg, Fernández Álvarez y Carvalho Rosa, 2009).

Con esta mirada que invita a pensar las políticas públicas como arena de disputa y como ámbito de intervención activa de movimientos populares, proponemos la categoría de co-construcción para destacar la interrelación que tiene lugar entre actores gubernamentales y no gubernamentales a la hora de la proposición e implementación de políticas. Resulta necesario entonces prestar atención a complementariedades, contradicciones e interdependencias que se configuran en un “doble movimiento” de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba (Fernández Álvarez, 2016). Esta mirada de interrelación que se condensa en el prefijo “co” se verifica aún en los casos -como en los que nos centramos- en los que hay una propuesta de política que surge del campo popular, ya que también se requieren y buscan las mediaciones estatales; e, inclusive, las organizaciones populares pueden también ser parte del Estado como funcionarios/as que motorizan la implementación de estas propuestas de política pública. Al analizar este doble movimiento para el caso de la CTEP-UTEP, fue conceptualizado en clave de “institucionalización conflictiva” (Bruno, Coelho y Palumbo, 2017) dado que se destaca la combinación de movilizaciones callejeras e intervenciones públicas como feriazos y verdurazos⁸, el sostenimiento de canales de negociación con instancias gubernamentales, junto al desarrollo de capacidades de autoorganización y trabajo asociativo.

Cabe señalar que existe una multiplicidad de artículos y trabajos académicos que abordan la co-construcción de políticas públicas en vinculación con otras ramas de la economía popular, en particular con la rama de carreros/as y cartoneros/as (Sorroche, 2017, 2022). Estos trabajos ahondan en el conjunto de experiencias que han integrado a recuperadores/as urbanos/as en el diseño e implementación de políticas de gestión integral de residuos sólidos urbanos a través de la perspectiva de la co-gestión. Allí, se despliegan estrategias y propuestas gestadas y desarrolladas por la organización de cartoneros/as. Los trabajos señalan que estas propuestas poseen formas creativas y, pese a que a menudo entran en tensión con las diferentes políticas estatales, se han impulsado espacios de articulación tanto a nivel ejecutivo como legislativo en el plano local -como mesas de gestión- que proponen una nueva forma de gestionar y hacer política “desde abajo”. Adicionalmente, encontramos otra serie de trabajos que profundizan

⁸ Los “verdurazos” y “feriazos” fueron medidas de protesta concebidas como hechos políticos y comunicacionales, en las que se regalaba o vendía a muy bajo precio verduras y otros productos de la economía popular. El objetivo era la puesta en agenda de la problemática de los pequeños productores del Cinturón Hortícola Bonaerense. Entre los años 2016 y 2018 cobraron mayor visibilidad tanto a nivel mediático como en la calle, debido a que confluían productores/as y personas en busca de verdura gratis o a un precio bajo.

en los modelos participativos de construcción y producción de políticas, con énfasis en el protagonismo de las organizaciones sociales, con relación a diferentes aspectos a considerar: i) políticas municipales dedicadas a la promoción de las economías populares, sociales y/o solidarias territorializadas en el conurbano bonaerense (Muñoz, 2023; ii) la innovación política y económica de la Secretaría de Integración Socio Urbana perteneciente al Ministerio de Desarrollo Social de la Nación -ideada y gestionada por referentes de organizaciones de la economía popular - (Avalle et al., 2023); y iii) la organización de vecinos/as frente a la problemática del agua con foco en la producción de tecnología en procesos colaborativos de urbanización popular (Cacopardo, 2023). En línea con la categoría de “co-construcción” que aquí postulamos, estas investigaciones plantean la “gestión compartida” y la “cogestión” de políticas entre Estado y organizaciones sociales.

Cabe señalar que dichos trabajos no se focalizan en la cuestión pedagógica, aspecto que nos interesa abordar especialmente en este trabajo. Con el objetivo de atender a esa vacancia, este artículo pretende dar cuenta de la dimensión pedagógica que adquiere la co-construcción de políticas de comercialización, específicamente para la rama rural de la economía popular a nivel local; esto es, las instancias generadoras de construcción de saberes y aprendizajes para los sujetos y las organizaciones intervinientes.

A partir de los relatos de las entrevistas, la concepción general sobre el vínculo con el Estado se encuentra mediada por la relación que se entabla con el Municipio. Se presenta como “de tensión”, no solo cuando el gobierno de turno se muestra reacio a otorgar una serie de conquistas que terminan “arrancándole”, sino también cuando esa gestión está integrada por un partido peronista al que se percibe más permeable a las demandas, como por ejemplo en el caso de Concordia, o incluso por “compañeros” que asumen lugares estratégicos y van mediando las vinculaciones con el Estado y sus recursos, como sucede en Luján. En palabras de una referente de la cooperativa de comercialización del Mercado Pueblo a Pueblo de Concordia:

En realidad, la relación sigue siendo la misma. Bastante tensa. Pero la diferencia es que nosotros le vamos arrancando las cosas y les vamos arrancando las cosas con la lucha. Porque es la verdad (...) Como te digo en este grupo de delegados que tenemos, se hace cada mes un pliego de necesidades de cada área y de cada unidad productiva. Entonces se hace un pliego y ese pliego se lo hace saber al Municipio. Tenemos un plazo. Pedimos una reunión, vamos a esa reunión y si dentro del plazo que nos propusimos el Municipio no contesta, no ejecuta, no hace o hace la mitad o menos de la mitad como fue la última vez que nos pasó, entonces nosotros nos vamos y nos plantamos enfrente de la Municipalidad hasta que nos den una solución. Y así vamos arrancando cosas. Obviamente nunca nos dan... de todas las cosas que nos prometen, sacás un 25 o un 30, pero bueno así le vamos arrancando cosas (Entrevista a E., 17/03/23).

Ahora bien, en lo que concierne a la co-construcción de una política de comercialización, encontramos cuatro elementos en común que son recuperados por los/as entrevistados/as. Estos cuatro elementos son considerados relevantes a la hora de garantizar un circuito para la economía popular, frente a la común dificultad de inserción en los mercados convencionales y que revisten un cariz pedagógico: a) la disputa por el espacio público; b) el acceso al financiamiento estatal; c) los procesos de formalización; d) el aporte de saberes por parte de técnicos/as estatales.

Desde nuestra perspectiva, si bien la comercialización de alimentos se encontraba presente como proyecto en los dos casos, la pandemia operó como un contexto facilitador en tanto generó un aumento en la demanda de alimentos y la necesidad de espacios “cuidados” que previnieran los contagios. Esta circunstancia colocó a la comercialización popular en un lugar de

acceso a alimentos a precios justos que podían entramar con las políticas sociales pandémicas, y posibilitó un “acercamiento” entre movimientos y gobiernos basado en la situación de emergencia sanitaria y socioeconómica, a la vez que en cierta expectativa durante los primeros meses de un nuevo gobierno nacional. Cabe señalar que este carácter facilitador presente en las entrevistas resulta paradójico, dada la extendida suspensión de las ferias pre-pandémicas durante gran parte del 2020, lo que implicó una reorganización de estos espacios feriales.

6. LA DISPUTA POR EL ESPACIO PÚBLICO: PERMISOS Y LUGARES DE LA COMERCIALIZACIÓN

La obtención de permisos para feriar, o sea para vender productos en una feria, y el acceso a lugares donde desarrollar los mercados aparece como crucial en tanto es parte de las precondiciones materiales necesarias para desarrollar la actividad de comercialización. Las negociaciones con el Estado por los permisos para feriar ponen en evidencia el modo contradictorio de construcción de la política de comercialización ya que, pese a que logran obtener esos permisos, sienten que son considerados como “intrusos del espacio público”. Como sostiene un feriante, “yo no digo que no nos dan los permisos, pero siempre hay un pero, siempre hay algo que nos restan, siempre hay algo que nos dice sí pero mirá que esto... nunca es “mirá vos, sí, no hay ningún problema”. Y nosotros buscamos siempre otra alternativa” (Entrevista a M., 10/10/2021). De hecho, en los dos casos se han obtenido permisos para feriar en los barrios de las localidades y, en Concordia, también en las colonias que rodean a la ciudad en el contexto de pandemia. Sin embargo, lo que subyace es la disputa en torno a los usos del espacio público y a los sujetos que tendrían derecho a dichos usos. Ese espacio público en el que no siempre se permiten las actividades de la economía popular.

La cuestión del acceso a un espacio físico fijo y permanente para la comercialización se resolvió en las dos localidades con la mediación estatal. En Concordia, se negoció un comodato para el predio donde funciona el comedor popular Pal Río, y otro para el galpón donde se emplaza el Mercado Pueblo a Pueblo. En Luján, un funcionario del Municipio, afín políticamente al movimiento, participó activamente de las negociaciones para que pudieran acceder a un espacio cubierto (“galpón”) en un predio compartido con dependencias estatales y una cooperativa de trabajo perteneciente a otro movimiento. Nuevamente aquí encontramos estos vínculos en tensión con el Estado local en tanto, aún en un predio municipal, la continuidad de su funcionamiento en ese lugar sigue en duda. El carácter provisorio del local cedido genera tensiones e inestabilidad, postergando la realización de mejoras significativas en cuanto a limpieza, iluminación y equipamiento, así como la instalación de cartelera exterior que permita identificar el espacio. En consecuencia, estas condiciones de “precariedad sostenida” dificultan el arraigo y la visibilidad del proyecto hacia el público minorista que suele preferir aquellas verdulerías que funcionan en lugares más ventilados, luminosos y decorados, donde la verdura se “expone” en mejores condiciones.

Tanto en los permisos para feriar como en el acceso a un espacio fijo encontramos una dimensión pedagógica asociada al despliegue de saberes práctico-organizativos y político-sindicales para sostener las negociaciones y gestiones requeridas con el Estado local, a saber: poder sentarse con un pliego reivindicativo claro, presentarse como organización inter-rama, informar los resultados de las conversaciones en las asambleas, y llevar a productores/as a las mesas de negociación, entre otras actividades. Además, observamos aprendizajes en torno a la posesión y reivindicación de derechos laborales desde los cuales se posicionan para entablar dichas negociaciones.

En la disputa con el Estado por el acceso al espacio público para obtener permisos y lugares de comercialización, es posible identificar aprendizajes acerca de los usos del espacio y los sujetos que pueden desarrollar sus actividades. Frente a un momento inicial, en el cual se aceptan los planteos estatales (a menudo expresado en estrategias represivas), se empieza progresivamente a asumir las demandas por mejores condiciones de trabajo con la mediación de una formación que surge desde las prácticas y se acompaña con instancias más formales. Aquí intervienen instancias assemblearias de discusión, reflexión sobre los obstáculos, definición de estrategias y toma de decisiones que se realizan a partir del conocimiento construido sobre los circuitos y recorridos que implican los procesos de negociación. A lo largo del tiempo, se observa un agenciamiento por parte de los sujetos que participan en los espacios de comercialización en el modo de resolver el enfrentamiento con las fuerzas de seguridad en el espacio público. A modo de ejemplo, en el caso del Mercado de Luján, quienes participan en esta experiencia de comercialización conocen la falta de comunicación que existe entre diferentes actores del Estado (la policía que interviene en el espacio público para desalojarlos y funcionarios/as que otorgan los permisos para las ferias), y desde allí toman decisiones vinculadas a los cursos de acción a seguir. La apropiación de las herramientas, discursos y estrategias construidas colectivamente permite a los sujetos asumir una nueva posición ante los conflictos, pasando del miedo inicial a la reafirmación de su derecho a ocupar el espacio público: “Vino la policía y acá le dijimos “Nosotros tenemos permiso, de acá no nos movemos, ustedes no nos pueden sacar porque tenemos permiso” (Relato de E. en el grupo de wasap del Mercado de Luján, 3/9/2022).

7. EL ACCESO AL FINANCIAMIENTO ESTATAL

Un prerequisite adicional es el financiamiento que, en ambos casos, proviene del Estado nacional. Esto es, con el Estado local se negocian permisos y lugares para llevar a cabo las actividades de comercialización, mientras que con la contraparte nacional se dirime la cuestión de acceso a políticas socio-laborales mediante las cuales iniciar y sostener ferias, y especialmente mercados. Esta búsqueda de financiamiento asume una naturaleza pedagógica en cuanto implica socializar y movilizar una serie de saberes estratégicos vinculados a un saber-hacer proyectos para entrar en las convocatorias gubernamentales, un saber-hacer gestiones para convertirse en cooperativa o proveedores del Estado, y un saber-hacer para completar los formularios y recorrer las oficinas estatales involucradas en el pago de asignaciones monetarias.

Con respecto al Mercado de Luján, se menciona la compra de cámaras frigoríficas, balanzas electrónicas y caja registradora por medio del programa Potenciar Trabajo que contempla la creación y el fortalecimiento de unidades productivas, así como el programa nacional Banco de Maquinarias, Herramientas y Materiales⁹. En una segunda etapa, planifican comprar un vehículo que permita llevar adelante la logística que desde el inicio del proyecto se realiza con una camioneta prestada por la rama de construcción.

En cuanto al Mercado de Concordia, se señala el apoyo de la primera etapa del Programa de acceso a alimentos saludables Mercados MultiplicAR a partir del cual se compraron las heladeras y el equipamiento para abrir el local y los gastos asociados a la administración del lugar. Con el financiamiento de la segunda etapa, planifican comprar un camión con cámara refrigerante para retomar la itinerancia por las colonias de la zona que recorrieron durante la pandemia. En este último caso, debido a los requisitos del programa que exigía vender todos los componentes de la canasta básica, se amplió la propuesta inicial de comercialización y

⁹ Este programa entrega un subsidio no reintegrable a organismos gubernamentales y organizaciones de la sociedad civil para destinarse a la compra de maquinarias, herramientas, materiales.

se generaron vínculos con cooperativas de trabajo y de comercialización locales, provinciales e incluso de otras provincias. Aquí encontramos otro saber-hacer vinculado a tejer redes de contacto entre organizaciones, y también con productores/as de la zona no organizados/as, que fortalecen, y hasta son parte de la viabilidad de los proyectos de comercialización.

Adicionalmente, se identifican otras dos políticas nacionales que también sostienen la comercialización¹⁰. Por un lado, el retiro de alimentos con la tarjeta Alimentar (instrumento del Plan Argentina contra el Hambre) en el Mercado de Luján, y la Feria Alimentar en Concordia. Estas instancias son valoradas como posibilidad de hacer llegar alimentos de buena calidad a los barrios populares bajo el lema ya referido “producción popular para consumo popular”. Por otro lado, el cobro del programa Potenciar Trabajo de las personas que integran los espacios de comercialización del MTE Rural en ambas localidades es pensado como “un complemento al laburo que hacemos” (Entrevista a F., 30/04/2023), o “un punto de partida o apoyo” (Entrevista a M., 10/10/2021); pero siguiendo esta misma metáfora, no es un punto de llegada. El proceso de formalización al que nos referiremos a continuación permite pensar al trabajo más allá de la lógica del plan social; ya que, si bien forma parte de los ingresos como complemento, se combina con otras fuentes mediante el pago de “horas de trabajo” en las instancias de comercialización.

Pensar la construcción de aprendizajes vinculada al acceso al financiamiento estatal, nos permite identificar un saber-hacer técnico (armar proyectos para presentar en organismos oficiales, hacer gestiones en el Estado, “hacer los números”) que no tienen inicialmente todos los sujetos. En la división del trabajo al interior de los dos casos de estudio, se constituye una alianza estratégica con sujetos portadores de conocimientos técnicos específicos, administrativos, financieros y contables, ya sean militantes con trayectorias universitarias o bien colaboradores/as externos/as (como la figura del “contador” del Mercado de Concordia). Si bien el acceso al financiamiento estatal se encuentra mediado por estos sujetos portadores de conocimientos específicos, en la dinámica cotidiana interna de los espacios de comercialización, tanto del Mercado de Luján como en el de Concordia, se evidencia un protagonismo creciente por parte de mujeres productoras que asumen la coordinación y la toma de decisiones administrativas y financieras. Se trata de compañeras que aportan estos saberes técnicos en proyectos productivos familiares, como la propia quinta, y como referentes de sus grupos de base, que realizan el salto desde una escala familiar a otra que implica desplegar dichos saberes en el proyecto colectivo de comercialización.

8. LOS PROCESOS DE FORMALIZACIÓN: LA COOPERATIVA Y LA COMPRA PÚBLICA

Encontramos en las personas entrevistadas un discurso en torno a la reivindicación de la formalización de la economía popular a través del tipo de organización cooperativa, o bien, desde esa misma figura, la posibilidad de integrar el listado de proveedores para compra pública. Asimismo, los sujetos de las entrevistas resaltan mejoras en las condiciones laborales vinculadas al pago de horas extra, la justificación de las inasistencias por enfermedad, las vacaciones pagas y el acceso a la salud mediante la mutual SENDEROS. Asociado a ello, aparece un léxico específico y nuevos niveles de organización interna, por ser “empresa formal”, “pagar impuestos”, “ser proveedores del Estado”, “tener las habilitaciones”, “necesitar un contador que organice la administración” y “firmar la asistencia”, entre otros aspectos.

¹⁰ Para el lanzamiento del Mercado Pueblo a Pueblo de Concordia, se identifican otras dos fuentes de financiamiento: un subsidio del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social por cooperativa nueva y un préstamo de una cooperativa de crédito del MTE.

No obstante, los discursos de las personas entrevistadas enfatizan el aspecto jurídico de la organización popular para la comercialización, cabe señalar que, según el Registro Nacional de Trabajadores y Trabajadoras de la Economía Popular (ReNaTEP), del total de inscriptos/as en el sector de la Agricultura Familiar, Campesina e Indígena, sólo el 5,6% integra una cooperativa. En diálogo con estos datos, una entrevistada de Luján sostiene que, más allá de la figura jurídica mencionada arriba -que no se encuentra extendida en toda la economía popular- lo central es el “proceso organizativo cooperativo” que sostiene la formalización como proyecto y en el cual los movimientos del sector juegan un rol destacado (Entrevista a A., 22/5/2023).

El pasaje de la comercialización informal a la formal (mediante la figura cooperativa) se destaca como aspecto que “abre puertas” y que no se circunscribe a los beneficios económicos. Si bien destacan la ampliación de la escala a través de la compra pública -tanto en Luján como en Concordia se lograron vender los productos a los municipios- encuentran un beneficio adicional que es proveer alimentos de calidad y producción local más variados para los sectores populares. A modo de ejemplo, en Concordia se planea incluir el pescado de los grupos de pescadores/as del MTE Rural para sumarlo al pollo y la carne. De igual modo, analizan la construcción de un precio justo que tiene lugar dentro de la cooperativa de comercialización, en contraposición a la “especulación” de los comercios minoristas.

Los sujetos entrevistados encuentran en la formalización un avance en su posición frente al Estado local para la conquista de derechos y la negociación con funcionarios/as. Una militante de Concordia señala a este respecto: “Y nosotros al poder formarnos como cooperativa, somos algo formal, somos una empresa formal ponele. Y el Estado no nos puede decir “no, porque...” No, tenemos todo legal, tenemos los papeles, podemos vender, podemos facturar, tenemos todas las habilitaciones correspondientes” (Entrevista a E., 17/03/2023). No obstante, desde la perspectiva de sus protagonistas, si bien han logrado entrar en la compra pública, el Estado local duda de su capacidad para manejar un volumen mayor de ventas y organizarse adecuadamente, lo cual redundaría en trabas para ampliar su participación en la compra estatal.

La formalización no se lee, entonces, como obturación de la lógica movimientista, sino como parte de una tensión constante: las reuniones con el Municipio se combinan con acciones directas cuando los pliegos reivindicativos no se cumplen, cuando se ejecutan parcialmente, o bien se dilatan los tiempos acordados. En el caso del Mercado de Luján, señalan también la demora en los pagos por parte del Municipio. Si bien la compra pública garantiza ubicar volúmenes significativos de verduras, presenta una tensión en las lógicas económicas de los/as productores/as quienes acostumbran a manejarse con dinero en efectivo, lo cual motoriza acciones de protesta y lucha colectiva debido a la dinámica estatal de pago diferido.

Nuevamente aquí, los relatos evidencian los aprendizajes transitados. Se aprende que, en la disputa por intervenir en circuitos de comercialización que generalmente expulsan a la economía popular, es necesario organizarse y hacerlo con instrumentos formales (personerías jurídicas, registros de proveedores públicos, pertenencia a un sindicato como la UTEP). En este punto, se combina la “pedagogía de la lucha” (Gohn, 2009), que es característica de repertorios de lucha, imaginarios y tradiciones de los movimientos populares previos y posteriores a la crisis del 2001, con un aprendizaje de la lógica sindical. Asumir los aportes de una lógica sindical permite avanzar en los procesos de formalización, pero a la vez, continuar sosteniendo una lógica movimientista permite asumir que la formalización no resuelve la asimetría con el Estado como interlocutor. De allí que los aprendizajes asociados a lo que implica la formalización en los procesos de trabajo dialoguen con aprendizajes acerca de la complejidad del vínculo con el Estado en sus distintos niveles. Esta complejidad no se agota ni resuelve en la obtención de

la formalización de una organización cooperativa que se viene gestando previamente y que, desde la perspectiva de los sujetos, debe continuar más allá del “ser cooperativa formal”.

9. EL APORTE DE SABERES POR PARTE DE TÉCNICOS/AS ESTATALES

Para el inicio y desarrollo de los proyectos de comercialización de la economía popular, las personas entrevistadas hacen mención del aporte de dos tipos de saberes por parte de técnicos/as estatales: políticos y técnicos.

El caso del Mercado de Luján nos permite analizar el primer tipo de saberes, a partir del doble rol de un funcionario que ocupa un cargo de director municipal de un área estratégica para la rama rural y que también es afín políticamente al MTE, con el que también se vinculan en su carácter técnico. En referencia a los inicios de la experiencia, una entrevistada sostiene: “justo en esa coyuntura se juntó el tema del nuevo gobierno y de tener compañeros ahí ocupando cargos. Por ejemplo, el tema de conseguir ese galpón... si no hubiera estado F. ahí no lo hubiéramos conseguido” (Entrevista a M., 13/05/2022). El saber de la negociación con las autoridades y de moverse en la burocracia estatal, de parte de alguien que perteneciendo al gobierno local puede reconvertir ese saber en apoyo a la organización y generar procesos de incidencia internos, son destacados a la hora de explicar la obtención del espacio físico para el Mercado. También identifican el aporte de saberes técnicos para la sostenibilidad económica de un mercado con relación al tipo de productos y a las cantidades a ofrecer según el público destinatario. En este sentido, un entrevistado comenta que, en base a la socialización de ese saber por parte del funcionario estatal, la organización logró comprar verdura “pesada” (que no se produce en la localidad) al puesto del MTE en el Mercado Central de Buenos Aires durante los momentos iniciales del proyecto, con el objetivo de complementar la verdura local, y que el Mercado fuera más atractivo para consumidores/as mayoristas: “Lo que trajimos fue para complementar, porque si no, para eso que queríamos en el comienzo, que era venderles a los verduleros en un mercado frutihortícola, solo lo local probablemente no iba a funcionar” (Entrevista a F, 15/05/2020).

Los relatos vinculados a la comercializadora de Concordia muestran el aporte de saberes de técnicos/as estatales de distintos organismos públicos municipales, provinciales y nacionales con sede en la ciudad para el impulso de unidades productivas desde el conocimiento de la realidad de la economía popular en la zona. Puntualmente, con relación a la creación del Mercado, colaboraron en el “papelerío” para el armado de la cooperativa, la realización de un estudio de mercado, la difusión previa a la apertura y también el asesoramiento en decisiones estratégicas sobre la continuidad y avance de la comercializadora. Una referente del espacio menciona recurrentemente la idea de “compañeros técnicos que laburan con nosotros y se ponen a disposición” (Entrevista a E., 17/03/2023). De hecho, fueron técnicos/as quienes motorizaron la conformación del MTE en la localidad a partir del trabajo previo de vinculación con diferentes dependencias estatales y productores/as locales. Para el caso de Entre Ríos, Pérez, Roses y Vuarant (2021) han arribado a observaciones similares respecto del rol de los agentes estatales en el fomento de experiencias de autogestión y estrategias de comercialización, en su análisis de la región norte.

En los dos casos analizados en este trabajo, el aporte de saberes técnicos y políticos redundaba en beneficios para los circuitos de comercialización. No obstante, queda abierto el interrogante respecto de los procesos de socialización de estos saberes al interior del movimiento popular para, en el mediano plazo, requerir una menor mediación de estas figuras que son destacadas en su “asesoramiento” y que se consideran “compañeras”. Asimismo, cabe la pregunta de si estas

experiencias constituyen para los/las funcionarios/as estatales oportunidades de aprendizaje, en términos de intercambio y apropiación de saberes y conocimientos político-gremiales de corte movimientista, que ocurren en la apuesta por llevar adelante propuestas de economía popular.

10. CONCLUSIONES

Este artículo se propuso analizar la dimensión pedagógica de las dinámicas de co-construcción de políticas de comercialización en la economía popular, con los circuitos del MTE Rural en Luján (provincia de Buenos Aires) y Concordia (provincia de Entre Ríos). El análisis realizado mostró la incidencia de esta organización para construir políticas en función de las necesidades y problemáticas del sector que representan y del que son parte. La noción de co-construcción orientó la mirada hacia la existencia de un proyecto claro de política de comercialización por parte del MTE que requiere de la mediación estatal para su concreción y, en consecuencia, resulta en una co-construcción atravesada por la negociación y el conflicto.

En el desarrollo del artículo nos detuvimos en cuatro dimensiones. Las dos primeras se vinculan a los prerequisites materiales para el armado de la comercialización: permisos y fondos. En particular, la primera se refiere a la disputa por el espacio público que aborda la multiplicidad de acciones y negociaciones realizadas por el movimiento con el Estado para acceder a condiciones materiales para desarrollar sus actividades de comercialización. Observamos el despliegue de saberes práctico-organizativos y político-sindicales que comprenden la incidencia en el Estado local, la defensa de las reivindicaciones de los/as trabajadores/as de la economía popular, la negociación con autoridades en combinación con la apelación al repertorio de acciones directas. La segunda dimensión, referida al acceso al financiamiento del Estado, posee una naturaleza pedagógica en tanto implica socializar y movilizar una serie de saberes a medida que se va asumiendo la tarea de buscar financiamiento del Estado para desarrollar los proyectos del movimiento. Dichos saberes están relacionados con el saber-hacer proyectos, saber-hacer gestiones y saber-hacer para completar formularios y recorrer oficinas.

La tercera dimensión se vincula a los procesos de formalización que se extienden desde los trámites para constituirse en cooperativa y proveedores del Estado hasta la administración financiera, impositiva y crediticia, pasando por la organización del cotidiano laboral cuando se manejan otras escalas de comercialización. Aquí diferenciamos saberes políticos, asociados a las negociaciones con funcionarios/as y la burocracia estatal, de los saberes técnicos sobre cómo desarrollar y sostener la propuesta de comercialización. Esta situación permite destacar la ampliación del horizonte de las posibilidades de progreso de la cooperativa, por compartir con otros/as espacios formales. Finalmente, la última dimensión da cuenta del aporte de saberes por parte de funcionarios/as estatales que son reconocidos como valiosos para iniciar y sostener estrategias de comercialización, tanto a la hora de “arrancarle” conquistas al Estado como de garantizar la continuidad del espacio laboral en el tiempo, desde su administración cotidiana.

En resumen, resaltamos la dimensión pedagógica de la comercialización, en tanto constituye una práctica en la cual confluyen una diversidad de saberes, conocimientos y aprendizajes que se van construyendo a medida que los sujetos van asumiendo tareas. Se gesta así una política de comercialización que entra en diálogo con otros actores e instituciones, principalmente con el Estado como interlocutor central. Esta política va adquiriendo dinámicas propias, atravesada por contradicciones, y va creando un horizonte en torno a la posibilidad de construir desde los movimientos, políticas que favorezcan al sector de la economía popular y a la rama rural en particular.

BIBLIOGRAFÍA

AMBORT, María Eugenia y ALAINEZ, Carlos. **La pandemia como oportunidad para la agricultura familiar y la organización popular**. Buenos Aires: Tricontinental, 2020.

ANZORENA, Claudia. **Mujeres en la trama del Estado**: una lectura feminista de las políticas públicas. Mendoza: Ediunc, 2013.

AVALLE, Gerardo; FERRERO, María Mercedes y HERNÁNDEZ BERTONE, Juliana. El barrio como simiente de economía popular y comunitaria: Protagonismo de “los peores” en las políticas de Integración Socio Urbana en Argentina. **Prisma Social. Revista de Ciencias Sociales**, Fundación iS+D para la Investigación Social Avanzada, n. 42, p. 27-50, 2023.

BERGER, Matías; MARCOS, Florencia; CASCO, Juan Martín y RAMOS BERRONDO, Jimena (2019). Comercialización organizaciones y problemas de gobierno: un análisis etnográfico sobre una experiencia en el periurbano bonaerense. **Revista de Ciencias Sociales**, Quilmes, v. 10, n. 35, p. 139-152, 2019.

BERTOLOTTI, Florencia y ORTUBIA DIAZ, Eliana. Experiencias autogestivas de la economía popular. Las empresas recuperadas y la Feria Popular de Guaymallén, Mendoza (2003-2019). **Estudios Sociales Contemporáneos**, Mendoza, v. 1, n. 23, p.72-94, 2020.

BRUNO, Daniela; COELHO, Ramiro y PALUMBO, M.M. Innovación organizacional e institucionalización conflictiva de las organizaciones de la economía popular. El caso de la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP). **Argumentos. Revista de Crítica Social**, Ciudad de Buenos Aires, n. 19, pp. 90-119, 2017.

CACOPARDO, Fernando. Tecnología de gestión y urbanización popular. Redes locales como soporte de políticas públicas. Cuaderno Urbano. Espacio/cultura/sociedad, Universidad Nacional del Nordeste, Corrientes, v. 36, n. 36, 2023.

CALDART, Roseli. O MST e a formação dos Sem Terra: o movimento social como princípio educativo. In: GENTILI, Pablo y FRIGOTTO, Gaudêncio. **La ciudadanía negada**. Políticas de exclusión en la educación y el trabajo. Buenos Aires: CLACSO, 2000.

CASTRO, Andrea. **Saberes migrantes. Trayectorias de productores bolivianos del periurbano platense**. Tesis (Grado en Sociología) - Universidad Nacional de La Plata, La Plata, 2016.

CASTRO, Andrea; CATALDI, Valeria y BALDINI, Carolina. **Una Experiencia de Construcción Colectiva de Precio Justo en una Organización de Productores Agroecológicos del Cinturón Hortícola de La Plata**. Ponencia (Primer Congreso Argentino de Agroecología) - Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 2019.

COLE, Michael. Poner la cultura en el centro. In: **Psicología Cultural**. Madrid: Morata, 2000.

DE LA GARZA, Enrique. **Trabajo no clásico, organización y acción colectiva**. Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa/Plaza y Valdés, 2011.

DE MINGO, Ana Clara; ALMADA, Aimé; PLAZA, Betina y VILA, Diana. Los/as productores/as hortícolas del oeste del AMBA: procesos de organización y horizontes de lucha. In: PALUMBO, María Mercedes (coord.) **Pedagogías en la ruralidad. Sujetos, organización e identidad**. Buenos Aires: El Colectivo, 2022.

ENGESTRÖM, Yrjö. Los estudios evolutivos del trabajo como punto de referencia de la teoría de la actividad: el caso de la práctica médica asistida. In: CHAIKLIN, Seth y LAVE, Jean **Estudiar las prácticas**. Perspectivas sobre actividad y contexto. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.

- FERNÁNDEZ, Lisandro. Caracterización de la comercialización de bolsones agroecológicos. Estudio de caso en La Plata 2019-2020. **Revista Huellas**, La Pampa, v. 25, n. 1, p. 193-209, 2021.
- FERNÁNDEZ, Lisandro. Dinámicas de valuación en circuitos alternativos de comercialización. Estudio de caso de los bolsones de hortalizas en La Plata (Buenos Aires, Argentina), 2015-2022. **Mundo Agrario**, La Plata, v. 23, n. 53, p. 1-15, 2022.
- FERNÁNDEZ, Lisandro y CRAVIOTTI, Clara. Circuitos alternativos de comercialización en pandemia. Actores, dispositivos y procesos de adaptación. El caso de La Plata. Argentina. **Papeles de Trabajo**, n. 43, p. 1-25, 2022.
- FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, María Inés. Experiencias de precariedad, creación de derechos y producción colectiva de bienestar(es) desde la economía popular. **Ensamblés**, v.3, n. 4-5, p. 72-89, 2016.
- FRANSOI, María Sol y VITALI, Sofía (2022). La Economía Popular y Solidaria en tiempos de pandemia. Un análisis de dos experiencias en la ciudad de Rosario. **De Prácticas y Discursos**, Chaco, v. 11, n. 18, p. 1-18, 2022.
- GOHN, Maria da Gloria. **Movimentos Sociais e educação**. San Pablo: Cortez, 2009.
- GRABOIS, Juan y PÉRSICO, Emilio. **Trabajo y organización en la economía popular**. Buenos Aires: Confederación de Trabajadores de la Economía Popular, 2019.
- GRIMBERG, Mabel; FERNÁNDEZ ÁLVAREZ, María Inés y CARVALHO ROSA, Marcelo. **Estado y movimientos sociales: estudios etnográficos en Argentina y Brasil**. Buenos Aires: Antropofagia, 2019.
- GUELMAN, Anahí. Pedagogía y movimientos sociales: lo pedagógico y lo político en sus propuestas educativas. In: Hillert, Flora; Graziano, Nora y Ameijeiras, María José. **La mirada pedagógica para el siglo XXI: teorías, temas y prácticas en cuestión**. Reflexiones de un encuentro. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, 2011.
- HINE, Christine. **Etnografía virtual**. Barcelona: Editorial UOC, 2044.
- LAZARTE, Joaquín; TÓFFOLI, Magdalena; AMBORT, María Eugenia; GARCÍA, Malena y ROCA PAMICH, Belén. **La organización de la patria precarizada**. Apuntes para pensar la economía popular a partir de la experiencia del Movimiento de Trabajadores Excluidos. Buenos Aires: Instituto Tricontinental de Investigación Social, 2020.
- LAVE, J. **Apprenticeship in Critical Ethnographic Practice**. Chicago: The University of Chicago Press, 2011.
- LAVE, Jean y WENGER, Etienne. **Aprendizaje Situado**. Participación periférica legítima. New York: Cambridge University Press, 1991.
- LEMMI, Soledad; MORZILLI, Melina y CASTRO, Andrea. Jóvenes que horticultean, adultos/ as horticultores/as. **Millcayac**, Mendoza, v. VII, n. 13, p. 141-172, 2020.
- LEMMI, Soledad, MORZILLI, Melina y MORETTO, Ornella. Para no trabajar de sol a sol. Los sentidos de la educación en jóvenes y adultos/as integrantes de familias migrantes bolivianas hortícolas del Gran La Plata, Argentina - Buenos Aires. **Runa**, Buenos Aires, v. 39, n. 2, p. 117-136, 2018.

LILLI, Licia. **Collective processes of the work in the popular economy**: notes to think about the experience of the Movimiento de Trabajadores Excluidos - Rural, in Argentina. Ponencia (18th IUAES World Congress) - Florianópolis, Brasil, 2018.

LILLI, Licia. “Nuestro trabajo es el alimento del pueblo”. Experiencias de organización colectiva de los productores hortícolas del periurbano rosarino (Santa Fe). **Cuadernos de Antropología social**, Buenos Aires, n. 52, p. 71-85, 2020.

MADOERY, María. El trabajo en la economía popular. Reflexiones en torno al sujeto, la organización y el uso del espacio público en las ferias populares de Rosario. **Ciudadanías**, Buenos Aires. n. 6, p. 1-23, 2020

MANEIRO, María y NUÑEZ, Javier. Acción colectiva, negociaciones y alianzas tras la Ley de Emergencia Social. **Revista Perspectivas de Políticas Públicas**, Lanús, v. 10, n. 20, p. 429-457, 2021.

MICHI, Norma **Transmisión, apropiación y producción de conocimientos en adultos con baja escolarización**. Tesis (Maestría en Ciencias Sociales con orientación en Educación) - FLACSO, Buenos Aires, 1998.

MICHI, Norma. **Movimientos campesinos y educación**. Movimiento de Trabajadores Rurales Sin Tierra y el Movimiento Campesino de Santiago del Estero MOCASE-VC. Buenos Aires: El Colectivo, 2010.

MICHI, Norma; DI MATTEO Álvaro Javier y VILA, Diana. Movimientos populares y procesos formativos. **Polifonías**, Luján, v. 1, n. 1, p. 22-41, 2012.

MIÑO, Montserrat. Producción, distribución y consumo en la Economía Social y Solidaria. Pasos dados y desafíos en Argentina. In: AA.VV. **Economía Solidaria. Experiencias y Conceptos**. Quito, Superintendencia de Economía Solidaria. 2015

MIÑO, Montserrat. Enlaces y reciprocidades en la comercialización solidaria: Conformación del sector de diálogo con la política pública. **Otra Economía**, v. 15, n. 27, p.146-161, 2022.

MORZILLI, Melina. **Entre la quinta y la escuela**. Una bifurcación en la escalera boliviana. Trayectorias escolares y socio-productivas de jóvenes de familias migrantes bolivianas del periurbano hortícola platense (2011-2017). Buenos Aires: CICCUS, 2021.

MUÑOZ, Ruth. Modos participativos de construcción y producción de políticas municipales. Análisis desde la economía popular, social, solidaria en el Conurbano Bonaerense. **Cuestión Urbana**, Ciudad de Buenos Aires, n. 12, p. 73-87, 2023.

NATALUCCI, Ana y MATE, Ernesto. Estrategias de institucionalización de los trabajadores de la economía popular y sus organizaciones. Revisitando la Ley de Emergencia Social (Argentina, 2016). **CdS**, Avellaneda, n. 12, p. 168-188, 2020.

PADAWER, Ana. El ordenamiento urbano del ambiente en el cultivo de mandioca: articulación de conocimientos en la selva paranaense. **Revista colombiana de antropología**, Bogotá, v. 55, n. 1, p. 267-298, 2019.

PADAWER, Ana y RODRIGUEZ CELIN, Lucila. Ser del monte, ser de la chacra: experiencias formativas e identificaciones étnicas de jóvenes rurales en el noreste argentino. **Cuicuilco**, Ciudad de México, n. 62, p. 265-286, 2015.

PALUMBO, M.M. La formación en el trabajo en la economía popular rural organizada de Concordia, Argentina. **Hallazgos**, Bogotá, v. 20, n. 39, 2023.

PALUMBO, María Mercedes; DE MINGO, Ana Clara y PLAZA, Betina. Los procesos de construcción epistémica en la economía popular rural: conocimientos, saberes y aprendizajes en movimiento. **Espacio abierto**, Zulia, v. 31, n. 1, pp.55-79, 2022.

PLAZA, Betina. El Mercado Frutihortícola de Luján: un espacio de aprendizaje colectivo. In: PALUMBO, María Mercedes (coord.) **Pedagogías en la ruralidad. Sujetos, organización e identidad**. Buenos Aires: El Colectivo, 2022.

PLAZA, Betina y VILA, Diana. Procesos colectivos-organizativos y construcción de subjetividad en los/las productores y productoras hortícolas del Movimiento de Trabajadores Excluidos de la regional oeste del AMBA. **Revista Pilquen. Sección Ciencias Sociales**, Viedma, v. 25, n. 2, pp. 73-97, 2022.

PÉREZ, Daiana; ROSES, Paula y VUARANT, Salomé. Los procesos de construcción colectiva de espacios de comercialización de agricultores familiares y artesanos en la región norte de Entre Ríos, Argentina. **Otra Economía**, Los Polvorines, v. 14, n. 25, p. 150-168, 2021.

PETITTI, Eva; CHELOTTI, Teresa; SCHMUCK, María; PÉREZ, Daiana; ROSES, Paula; VUARANT, Salomé; MARIONI, Lucía; GOMITOLLO, Mercedes y ROTELA, Oriana (2022). Políticas públicas en el espacio social rural del norte entrerriano durante los últimos cuarenta años (1978-2018). **Ciencia, Docencia y Tecnología**, Paraná, n. 12, p. 349-363, 2022.

RENATEP. **Características laborales y productivas en la economía popular**. Buenos Aires: Ministerio de Desarrollo Social, Secretaría de Economía Social, 2022.

ROGOFF, Bárbara. Los tres planos de la actividad sociocultural: apropiación participativa, participación guiada y aprendizaje. In: Wertsch, James; Del Río, Pablo y Álvarez, Amelia. **La mente sociocultural. Aproximaciones teóricas y aplicadas**. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje, 1997.

SORROCHE, Santiago. Experiencias replicables. Análisis de las vinculaciones entre cooperativas de cartoneros, agencias estatales y ONG en el Gran Buenos Aires. **Revista de Estudios Sociales**, Ciudad de Buenos Aires, n. 61, p. 58-68, 2017.

SORROCHE, Santiago. Construcción de una política pública de co-gestión de residuos sólidos urbanos en Lomas de Zamora. Un collage de políticas públicas. En Trentini, Florencia; Guiñazu, Samantha y Careno, Sebastián (comps.) **Más allá (y más acá) del diálogo de saberes. Perspectivas situadas sobre políticas públicas y gestión participativa del conocimiento**. Bariloche: San Carlos de Bariloche: IIDyPCa - Instituto de Investigaciones en Diversidad Cultural y Procesos de Cambio, 2022.

TÓFFOLI, Magdalena. El proceso de organización de la economía popular en Argentina: una articulación de estrategias, dinámicas de interacción y disputas discursivas (2011-2019). **Revista Sudamérica**, Mar del Plata, n. 15, p. 168-194, 2021.

VASCO URIBE, Carlos. Distintas formas de producir conocimiento en la Educación Popular. **Revista Educación y Ciudad**, Bogotá, n. 22, p. 113-128, 2012.

VASILACHIS DE GIALDINO, I. **Estrategias de investigación cualitativa**. Barcelona: Gedisa, 2009.

VUARANT, Salomé. Aportes a una mirada territorial de la economía social y solidaria en América Latina: la experiencia de las políticas estatales de microcrédito en la región norte de la provincia de Entre Ríos, Argentina. **De prácticas y discursos**, Chaco, v. 7, n. 10, p. 59-19, 2018.

VUARANT, Salomé. Aportes teóricos para repensar economías de reproducción social en la actualidad, en el marco de las economías solidarias. **Miríada**, Buenos Aires, v. 11, n. 15, p. 47-68, 2019.

VUARANT, Salomé. Pescadores artesanales de la ciudad de Concordia, Argentina: la construcción de discursos públicos y ocultos. **Raei**, Paranaguá, v. 2, n. 2, p. 96-104, 2020.

Recebido em: 26/05/2023

Aceito para publicação em: 23/05/2024