

X Jornadas Interdisciplinarias de Estudios Agrarios y Agroindustriales Argentinos y Latinoamericanos

Buenos Aires, 7 al 10 de Noviembre de 2017

Eje temático N°: 11: Seguridad y soberanía alimentaria. La relación “productor-consumidor”. Las formas alternativas de comercialización y la Economía Social y Solidaria. El cooperativismo y otras formas asociativas.

Título: La institucionalización de la AF: El caso del Mercado Concentrador Zonal de Posadas, Misiones.

Autor/a/es: Anello, María Cecilia.

Pertenencia institucional:

Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Programa de Estudios Regionales y Territoriales, Buenos Aires, Argentina.

CONICET, Universidad de Buenos Aires, Instituto de Geografía Romualdo Ardissonne, Buenos Aires, Argentina.

E-mails: anello@agro.uba.ar

La institucionalización de la Agricultura Familiar: El caso del Mercado Concentrador Zonal de Posadas, Misiones.

Por Anello, María Cecilia¹²³.

Eje temático 11: Seguridad y soberanía alimentaria. La relación “productor-consumidor”. Las formas alternativas de comercialización y la Economía Social y Solidaria. El cooperativismo y otras formas asociativas.

Resumen. El espacio de discusión dado en estos últimos 15 años a la cuestión de la seguridad y soberanía alimentaria y el rol de la agricultura familiar en las políticas públicas, tanto desde el Estado como desde otros actores movilizados por el tema, fue el marco en que se promovió la creación de ferias y mercados para la agricultura familiar. Partiendo de una perspectiva de Economía Social, el siguiente trabajo buscará reflexionar entorno al proceso de institucionalización de las prácticas de la AF a partir de la caracterización y análisis de un caso de comercialización directa de productores de la Agricultura Familiar (aunque también empresas y emprendedores urbanos), coordinado desde la esfera pública (gobierno provincial): el Mercado Concentrador Zonal de Posadas, en Misiones. Nuestro interés estará en analizar, cómo son resignificadas las prácticas y principios de las ferias –y de la AF-, cuando la coordinación del mercado es llevada a cabo a partir de la gestión estatal. Como parte de una estrategia de investigación cualitativa, el relevamiento de información consistió en la sistematización y análisis de información secundaria como primaria, fundamentalmente a partir de entrevistas semiestructuradas a distintos actores intervinientes. Con la investigación se pretende contribuir al conocimiento y la discusión sobre la relación entre Economía Social, Seguridad y Soberanía Alimentaria y Políticas públicas.

¹ Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Programa de Estudios Regionales y Territoriales, Buenos Aires, Argentina.

² CONICET, Universidad de Buenos Aires, Instituto de Geografía Romualdo Ardissonne, Buenos Aires, Argentina.

³ Correo de contacto: anello@agro.uba.ar

La institucionalización de la Agricultura Familiar: El caso del Mercado Concentrador Zonal de Posadas, Misiones.

Por Anello, María Cecilia⁴⁵⁶.

1. Introducción.

El siguiente trabajo busca reflexionar acerca del proceso de institucionalización de la Agricultura Familiar (AF) a partir de un caso particular: El Mercado Concentrador Zonal de Posadas (MCZ). Dicho trabajo se enmarca dentro de los proyectos del equipo de investigación del que hacemos parte⁷, y es también parte del resultado de una tesis de Maestría en Economía Social. De ese modo, nos asisten dos perspectivas de análisis complementarias. Por un lado, una visión particular de Economía, como *“un proceso institucionalizado de interacción entre el hombre y la naturaleza que permite un abastecimiento regular con medios materiales para satisfacer las necesidades”*(Polanyi, 1976: 159), desde la que cuestionamos el “contenido hegemónico de lo económico”. Pero por otro lado, una visión particular sobre las políticas públicas y el territorio. En el primer caso entendiéndolas como *“esa toma de posición [del Estado] que intenta – o más precisamente, dice intentar- alguna forma de resolución de la cuestión. Por lo general, incluye decisiones de una o más organizaciones estatales, simultáneas o sucesivas a lo largo del tiempo, que constituyen el modo de intervención del Estado frente a la cuestión. De aquí que la toma de posición no tiene por qué ser unívoca, homogénea ni permanente. De hecho, suele ser todo lo contrario, (...)”* (O'Donnell y Oszlak, 1981: 112). En esos términos, la cuestiones sociales refieren a aquellas necesidades o demandas sociales que han sido socialmente problematizados, es decir, ya sea por la capacidad de los actores de poner el tema en agenda o por intereses individuales o corporativos de hacerlo, cuando se refiere a una cuestión, se refiere a una demanda que ha alcanzado reconocimiento social. (Op. Cit). De lo anterior se desprende que comprendamos al territorio, no meramente como un soporte espacial o como la división político-jurídica del Estado-Nación, sino como

⁴ Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, Programa de Estudios Regionales y Territoriales, Buenos Aires, Argentina.

⁵ CONICET, Universidad de Buenos Aires, Instituto de Geografía Romualdo Ardissonne, Buenos Aires, Argentina.

⁶ Correo de contacto: anello@agro.uba.ar

⁷ PERT (Programa de Estudios Regionales y Territoriales, FFL, CONICET-UBA). Proyecto UBACYT 2016-2019 y PICT 2015 0653: “POLITICA Y TERRITORIO” Interrelación y articulación en el contexto de las políticas públicas para la agricultura familiar. Estudios de caso en las provincias de Buenos Aires y Misiones, desde 2003. Directora: Mabel Manzanal.

resultado de las relaciones sociales de poder entre diferentes actores involucrados en una misma cuestión (Lopes de Souza, 1995). De ese modo, el siguiente análisis procura abonar a aquellas discusiones a partir de problematizar procesos de institucionalización de la AF, particularmente vinculados a la comercialización de alimentos a partir de una política pública particular y su vinculación con las discusiones en materia de seguridad y soberanía alimentaria.

2. La AF en Misiones.

Misiones se caracteriza por la preponderante presencia de la AF en su estructura social. En sus casi 3 millones de hectáreas, la provincia cuenta con una población estimada en 1.101 .593 personas (IPEC, 2012). Pero además, en ella el 73,8% de la población vive en zonas urbanas, es decir, que el 26,2% de la población restante reside en zonas rurales, y, del total de los pobladores rurales, el 81,2% vive en zonas consideradas "dispersas" (parajes y picadas) (Op.Cit) . Este dato resulta significativo, sobre todo si se tiene en cuenta que dicha proporción para la Argentina no supera el 9% (INDEC, 2010). Se trata además de un territorio donde el 90% de sus fronteras son internacionales, y resulta significativa la influencia de los procesos y actores de los países vecinos (Brasil y Paraguay).

Históricamente, los "colonos" se integraron a una estructura productiva caracterizada por un escaso proceso de transformación local en torno a unos pocos cultivos industriales destinados al mercado local e internacional: yerba mate, tabaco, tung, té y madera (y algunos derivados), principalmente (Freaza, 2002). Los diferentes períodos de auge y depresión que cada sector atravesó, junto a la radicación de capitales foráneos y la expansión de la producción forestal y foresto-industrial, así como los procesos de conflicto por la tierra ante el agotamiento de la disponibilidad de tierras fiscales y los procesos de ocupación de tierras privadas. favoreció un proceso gradual de diferenciación social y concentración económica, que gradualmente debilitó las estrategias colonas (Arzeno y Ponce, 2010; Schiavoni, 2005).

A pesar de la dificultad de registro que presenta el sector, podemos decir que se trata de una provincia donde "lo rural" tiene un fuerte peso y la Agricultura Familiar es un actor socialmente reconocido, sobre todo si tenemos en cuenta que en valores absolutos, Misiones es la segunda provincia con mayor presencia de AF en el país (con 25.359 EAP familiares de un total de 27.072 EAP), después de la provincia de Buenos Aires (33.653 EAP familiares de un total de 51.087 EAP). Aún así, según los datos del Censo

Nacional Agropecuario 2002 (CNA 2002) procesados por Obschatko et al. (2009), el 91% de las EAP misioneras se asimilan a la categoría de AF, que en dicho trabajo se identifican como “EAP familiares”, las cuales ocupan un 43% de la extensión de tierra de la provincia (Obschatko et al, 2009)⁸. De acuerdo a este trabajo, las EAP familiares se pueden subdividir entre los siguientes estratos:

EAP tipo A					EAP tipo B				
EAP		Superficie		Sup. Media	EAP		Superficie		Sup. Media
N°	%	Ha	%	Ha/EAP	N°	%	Ha	%	Ha/EAP
18169	72	465315	53	27	5456	22	273998	31	50

EAP tipo C					EAP tipo D				
EAP		Superficie		Sup. Media	EAP		Superficie		Sup. Media
N°	%	Ha	%	Ha/EAP	N°	%	Ha	%	Ha/EAP
624	2	52109	6	84	1110	4	92373	10	84

TABLA 1: EAP Familiares de Misiones y superficie, según tipología propuesta por Obschatko et al. (2009).

Aún así, por su historia constitutiva, la producción mercantil de alimentos para consumo en fresco es un “rubro” menos desarrollado- aunque no la producción para autoconsumo-, dado el desarrollo de las producciones agroindustriales tradicionales antes mencionado. Los datos del CNA (2002) sobre la superficie en producción de hortalizas, por ejemplo, brindan algunas pistas:

- La superficie total de producción a campo de hortalizas era de 13mil Ha en 2002, representando un 5,5% de la superficie hortícola nacional a campo.
- La superficie de producción bajo cubierta era de 178 mil m² (17 ha.) en las cuales se destaca la lechuga (32%), tomate (23%), morrón (13%) y representando menos del 1% de la superficie nacional bajo cubierta.

De acuerdo con datos del Ministerio del Agro y la Producción actualmente en la provincia existen 8 mil productores hortícolas de actividad mixta y 4 mil “horticultores” o productores especializados en la producción hortícola, estos últimos con superficies en producción menores a las 5ha, pero con mayor grado de capitalización (principalmente por el uso de invernáculos, fertirrigación y empleo de fuerza de trabajo).

⁸ Las autoras desarrollan una tipología de 4 categorías (EAP familiares tipo: A, B, C y D) indicando en orden ascendente la escala, grado de capitalización, empleo de fuerza de trabajo familiar y asalariado de hasta dos empleados permanentes. En Misiones, a su vez, la gran mayoría de la Agricultura Familiar (al menos un 94%) son representados en los tipos A y B, quienes despliegan sus estrategias de reproducción en muy pequeñas escalas (menores a 50ha) (Obschatko y Román, 2006, 2009).

En términos de comercialización, el principal canal mayorista de frutas y verduras de la provincia es el Mercado Central de Posadas, en el que intervienen 90 operadores con puestos fijos y alrededor de 25 productores que comercializan en días alternativos su producción. Mientras que para la comercialización minorista directa, existen 55 Asociaciones de Ferias Francas en toda la provincia compuestas por 2500 familias productoras y nucleadas en una Asociación Provincial (“Interferias”) y más recientemente algunos mercados de coordinación estatal (como el Mercado Concentrador Zonal de Posadas, el Mercado Municipal de Ruiz de Montoya, etc. que nuclean tanto a productores primarios como elaboradores artesanales urbanos y rurales). En medio de ambas modalidades existe una amplia variedad de acuerdos y formas de organización de la distribución mayorista y minorista: supermercados que compran su producción directamente a productores misioneros o importan verduras de otras provincias (de producción propia o no); mercados minoristas de organización privada; “cambalacheros” o intermediarios que –a veces en una relación de mediería- compran la producción a “culata de camión”, etc.

Mientras que en la producción de carne, se estima que, acompañando la tendencia regional, ha habido un crecimiento muy importante en la cantidad de cabezas bovinas en la última década (de 170 mil cabezas en 2007 a 500 mil cabezas en 2017), con 7 mil productores ganaderos (de los cuales el 78% posee un rodeo de menos de 50 animales) y 22 frigoríficos distribuidos en la provincia. En tanto que en la producción porcina, con un total de 59 mil cabezas a nivel provincial, existen cerca de 3 mil Unidades de Producción (UP) que en principio destinan su producción al autoconsumo (con piaras de menos de 10 madres y representando un 44% del stock total), y 5 frigoríficos habilitados (SENASA, 2014).

Sin agotar la cuestión, los datos intentan dimensionar someramente la producción local de algunos alimentos frescos, en relación a la cantidad de productores involucrados y a la superficie o dimensión de las actividades.

3. El surgimiento de la comercialización como una cuestión socialmente problematizada.

En términos de políticas de comercialización para la Agricultura Familiar, en línea con el contexto nacional, las políticas públicas provinciales tuvieron un rol secundario durante la década de los noventa y es recién a principios de la década del 2000 en que esa tendencia comienza a revertirse. Dicho proceso no es un fenómeno casual sino que,

como lo resalta el trabajo de Carballo et al. (2004), parten de un contexto en que incluso las definiciones de política respecto al desarrollo rural en general era mínimas o estaban dispersas. A nivel local, las escasas políticas de desarrollo rural existentes durante los '90 se orientaron a contener a las familias rurales en el campo sin posibilidad de desarrollar acciones específicas. Pues, además dichas políticas se desarrollaron en condiciones restringidas de presupuesto y capacidades técnicas, administrativas e institucionales (Op. Cit.).

Asociado a cambios sistémicos respecto al rol planificador e intervencionista del Estado típico de la etapa desarrollista/benefactora, las políticas de reestructuración estatal, privatización y desregulación de la economía nacional implementadas desde 1976, significaron un progresivo debilitamiento institucional en materia de normativas y entes de regulación (con la eliminación de numerosos organismos nacionales de regulación de las cadenas agroindustriales que, aún con un limitado alcance, favorecían a la AF). A nivel provincial, las principales acciones vinculadas a la comercialización para la AF durante esa época fueron centralizadas en la órbita de la SAGPyA y el INTA principalmente⁹, que como Carballo et al (2004) señalan, no se trataban de políticas específicas para la comercialización sino más bien que ésta era abordada como una problemática subsidiaria de los temas productivos, cuyo fin, además era brindar herramientas de “mercadeo” para la inserción de los pequeños productores “al mercado” (regional e internacional principalmente).

El surgimiento de las Ferias Francas a mediados de los años '90, en ese sentido pueden ser consideradas como un hito en el reconocimiento de esa “cuestión socialmente problematizada” en el sentido de que permitió no sólo visualizar que una de las principales dificultades -e injusticias- del pequeño productor era la apropiación desigual del valor del trabajo generado a partir de las instancias de intermediación con los sectores de distribución y transformación de la producción agropecuaria, sino también que parte de la disputa de poder, tenía que ver con proponer “otras” prácticas¹⁰.

⁹ El trabajo de Carballo et al (2004) identifica siete programas nacionales: Unidad Minifundio; PRODERNEA; Cambio Rural; PSA; PROINDER; PFD y PROSAP.

¹⁰ Teniendo en cuenta que las organizaciones sociales del NEA ya habían pasado por la lucha de las Ligas Agrarias durante los años '60-'70 contra el sector industrial y estatal, frente a las crisis cíclicas de producción y precios, acuerdos leoninos, precariedad de condiciones laborales, etc. Lo revelador de la experiencia feriante tiene más que ver con cuestionar la “producción de orden social” (en este caso, el modo de integración de las cadenas alimentarias que el propio Estado promovió tanto en la integración internacional como “granero del mundo” como en lo local, a partir de la división productiva del territorio nacional desde fines de siglo XIX en adelante). Es decir, que una cuestión socialmente problematizada debe ser vista como un proceso que se van redefiniendo, de acuerdo a la coyuntura, a las relaciones de fuerza, a las alianzas, a los actores que la disputan y definen, etc.

Motorizados aún así por la necesidad concreta de reproducción de las unidades domésticas, y en un contexto de crisis social generalizado, surge la primer Feria Franca en la ciudad de Oberá, como una práctica alternativa que complementara las tradicionales estrategias de ingresos de los colonos. Su carácter disruptivo se asocia además, a dos preconcepciones: el rol “oculto” de la mujer en las estrategias de reproducción familiar, y, la aparente separación entre “lo urbano” y “lo rural” naturalmente asociados a espacios geográficos diferentes o a narrativas que evocaban una visión de “progreso” y de “atraso”, respectivamente.

Inspiradas en la experiencia de los hortigranjeros de Santa Rosa, Brasil, la propuesta fue impulsada por el MAM (Movimiento Agrario Misionero) y acompañada por organismos estatales nacionales (INTA, PSA) y otras organizaciones sociales (INDES, INCUPO) (Pereira, 2007). La apuesta realizada desde la organización; en un contexto de privatización de la esfera pública e individuación de los “problemas económicos”, fue la de llevar a la “vía – vida pública” la necesidad de reproducción de la vida y de continuidad de un modo de vida (el campesino, minifundista, de pequeño productor, agricultor familiar, colono, etc.) en base a un modelo de gestión más justo y solidario (Carballo, 2000; Golsberg y Dumrauf, 2010; Lapegna, 2005; Mathot y Rebolé, s/f; Ricotto, 2002). Como lo resume uno de sus legendarios referentes:

“Pero esto no empezó así porque la gente tenía producción, sino porque la crisis nos llevó a salir a vender otra cosa porque los productos que teníamos no valían. No valía el té, no valía la yerba. La gente se iba de las chacras y acá había una persona con nosotros estaba, Michele Guilbard que fue un asesor nuestro de la época, asesor en el MAM y siempre nos decía que “Toda lucha se gana asegurando la comida”. La lucha era quedarse en la chacra, no era salir a pelear por un plato de comida, y entonces empezamos a meternos en la cabeza que era necesario hacer lo que hacíamos, que era bueno...” (Entrevista al presidente de la Feria Franca de Oberá e integrante del MAM, 20/09/2014, Oberá, Misiones).

El apoyo institucional de ciertas áreas del Estado, fortaleció la lucha de los productores, su organización y proyección política a nivel provincial. De modo que en pocos años y especialmente después de la crisis de 2001, la experiencia de las Ferias Francas se hizo extensiva tanto a nivel local como nacional. Los procesos concomitantes a nivel nacional y regional a partir de 2003/04 que avivaron las discusiones sobre la “seguridad y soberanía alimentaria” y el rol del campesinado y la AF como abastecedora local de alimentos” coadyuvaron a la legitimación de diversas formas de comercialización directa: ferias, mercados solidarios, cooperativas de consumo, bolsones de verduras organizados por Universidades, sindicatos, etc., cobrando mayor relevancia en la agenda de políticas públicas nacionales y locales. Como lo resalta Oviedo (2010), se evidencia

un giro en la orientación de las políticas públicas nacionales desde aquellos programas que desde mediados de los años '80 operaban como “*políticas alimentarias compensatorias*” (Op. Cit: 9) hacia “*políticas de ingresos y de precios*” (Op. Cit: 13), que repercutieron a su vez en la orientación de las políticas locales. Para el autor, la transformación cualitativa de las políticas públicas en los últimos años radicó en que la cuestión alimentaria fue no sólo abordada como una política social de acceso a los alimentos sino de democratización de su producción y comercialización. A pesar de que, como advierten (Arzeno et al., 2015) existieron “*diversos modos de concebir y definir la “soberanía alimentaria”, asociados a estrategias también divergentes para alcanzarla*” (Op. Cit: 29).

En ese sentido, entendemos que la “cuestión” de la comercialización directa se ha ido complejizando a lo largo de estos años, como un proceso multidimensional, que al menos encierra los siguientes ejes de problematización:

- a) La apropiación del valor generado por parte del productor.
- b) La creciente concentración de los canales de industrialización y comercialización de los alimentos.
- c) El modo de organización productiva a partir de “cadenas alimentarias”, promovidas por las propias políticas de desarrollo rural de los años'50 (desarrollo regional).
- d) La legitimación del rol de un actor social particular –aunque muy diverso- (La AF) en la provisión de alimentos.
- e) La creciente dificultad de acceso a alimentos sanos y seguros tanto para los productores como consumidores urbanos.
- f) La diferenciación entre “lo urbano” y “lo rural” como dos caras de una misma moneda.

A partir de lo anterior, intentaremos describir las principales políticas públicas que incidieron a nivel provincial en el período 2003-2015, a partir del proceso de institucionalización más general de la AF, que diversos autores rescatan.

3. Las políticas para AF en Misiones vinculadas a la comercialización directa.

A partir de los cambios institucionales que se evidencian en la última década, el trabajo de Juárez (2014) destaca tres procesos de transformación en términos de las políticas de desarrollo rural y agricultura familiar en nuestro país: la generación de condiciones institucionales para el despliegue de las políticas públicas (con la creación de nuevos organismos públicos a nivel nacional y provincial, nuevas organizaciones sociales

sectoriales y nuevos instrumentos de política); el rediseño de políticas sociales agrarias preexistentes y la generación de políticas específicas para la AF (institutos, leyes, programas, proyectos, etc.) ; y, el desarrollo de políticas sociales y de infraestructura que mejoran las condiciones generales de vida de las familias agrarias.

En materia de comercialización y para el caso de la provincia de Misiones, el trabajo de Carballo et al (2004) identificó las siguientes: las políticas de comercialización del IFAI (que administra el Ingenio San Javier, e interviene en la comercialización de caña y azúcar de caña orgánica proveniente de productores locales, y, también interviene en la comercialización de granos de maíz, poroto y soja, en la zona de Bernardo de Irigoyen), así como las acciones de articulación con la política nacional y provincial de la Asociación de Ferias Francas (que trabaja articuladamente con el PSA, PROINDER, PRO- HUERTA, etc); la Cooperativa Tabacalera de Misiones (a través de la cual se promueve el Programa Citrus, financiado por el PRAT- Proyecto de Reconversión de Áreas Tabacaleras, para la implantación y exportación de cítricos); y la Cooperativa Frigorífica de L. N. Alem (a través de la cual se financian instalaciones y capital de trabajo para productores de carne porcina y bovina, también financiado por el PRAT).

Más recientemente, y como parte del viraje institucional de las políticas nacionales y provinciales que se vienen evidenciando, encontramos en la provincia de Misiones algunas acciones que avanzan en políticas específicas de comercialización para la AF. Nos referimos al reconocimiento institucional que reciben las ferias francas de la provincia de Misiones a partir del año 2010 a través de la ley III N°10 de “Ferias Francas y Mercado Concentrador Zonal”, donde además se deja planteado el proyecto de creación del “Mercado Concentrador Zonal”. Dicho proceso fue impulsado tanto por las distintas asociaciones de ferias como por diputados locales históricamente vinculados a las problemáticas de la Agricultura Familiar y las Ferias Francas. Como se fundamenta en el cuerpo de la ley: *“El sentido de esta norma es facilitar el desarrollo de la actividad de las ferias francas, reconocer su preexistencia y asegurar su consolidación como un mecanismo alternativo al servicio del pequeño productor, y como un actor dinamizador de la economía social rural, en estrecha interrelación con el ámbito urbano”* (Ley III N°10, 2010).

De la misma manera, y en el mismo año, se sanciona la LEY XVII - N° 71 de Alimentos Artesanales que regula y registra las “Salas de Elaboración de Alimentos Artesanales” y los “Alimentos Artesanales” como una política del Ministerio de Salud Pública provincial para adecuar las normativas bromatológicas a la realidad de la AF y

emprendimientos de la economía popular o micro-empresarios urbanos, y a partir de la cual se llevan adelante procesos de capacitación en prácticas de manipulación de alimentos, y, habilitación de cocinas hogareñas y comunitarias, para garantizar la comercialización a nivel provincial. Desde allí además, se desarrolla la capacitación a actores del sector privado dedicados al control de plagas y agentes municipales encargados de controles bromatológicos locales.

En el ámbito de los programas, se destacan dos experiencias de “Compra pública a la AF”. Se trata del programa de “Sostenimiento del Empleo y Seguridad Alimentaria en la Pequeña Agricultura Familiar” ó “Programa de los Maíces Criollos” que desde el año 2008 articula la acción del Ministerio del Agro y la Producción provincial y el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación, a través del cual se realiza la compra y distribución de semillas de maíz criollo, poroto y arroz de secano para su distribución a través de más de 16 organizaciones y 50 municipios al 18,5 % de los agricultores familiares de toda la provincia (Carballo et al., 2014)¹¹. Y por otro lado, el “Programa Provincial de Recuperación Nutricional Hambre Cero” que a partir de 2010, desde el Ministerio de Derechos Humanos primero -y luego desde el Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia- se constituyó en una estrategia del gobierno provincial para unir la asistencia alimentaria a familias en condiciones de vulnerabilidad social con la provisión de alimentos provenientes de la compra directa a las Ferias Francas.

En 2014, “Año internacional de la AF” (FAO) y en línea con la sanción nacional de la Ley de “Reparación Histórica de la AF” N°27.118 se promulgan dos leyes que avanzan en la institucionalización formal a nivel local. Por un lado, la Ley provincial VIII N° 68: “Ley de fomento a la producción agroecológica”, desde la que se propende “*la regulación, promoción e impulso de actividades, prácticas, procesos de producción, comercialización y consumo de alimentos saludables con sostenibilidad ambiental, económica, social y cultural; teniendo en consideración el ordenamiento productivo de cada región.*” (Art. 1 Ley VIII -N° 68). Y por otro lado, la Ley Provincial VIII-69 de Agricultura Familiar cuyo objetivo es adoptar “*como modelo de desarrollo productivo, económico, social y ambiental a la agricultura familiar en toda su diversidad, la que es*

¹¹ El mismo representa una continuidad y perfeccionamiento al “Programa Misiones Autoconsumo” llevado a cabo desde 2003-2007 por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y Provincial, junto al Ministerio del Agro y la Producción (Otaño et al., 2010)

sujeto prioritario de las políticas y acciones que se ejecutan desde las diferentes áreas del Gobierno provincial” (Art.1. Ley VIII - N°69).

A fines de 2015, y ya con el cambio de gobierno nacional y provincial, y en un marcado retroceso en torno a las políticas orientadas a la AF, se crea la Secretaría de Estado de AF (SEAF, con rango de Ministerio) y el primer Ministerio de Industria de la Provincia, a partir del desglosamiento del Ministerio del Agro y la Producción. La SEAF entonces asume como organismo de aplicación de tres leyes antes mencionadas: AF, Producción agroecológica, y Ferias Francas y MCZ, a partir de la cual se estructura su organigrama en tres Subsecretarías: de Desarrollo Territorial, de Desarrollo Productivo y de Comercialización.

Debe decirse además que para este período se dieron un conjunto de políticas nacionales vinculadas a la promoción de la comercialización directa tanto desde el ex Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca, como desde el INTA y Ministerio de Desarrollo Social, fundamentalmente, que excede a los objetivos de la exposición del trabajo, pero que constituyeron el marco institucional de referencia para todo el país.

4- El Mercado Concentrador Zonal de Posadas.

El MCZ se ideó como un espacio público estatal de comercialización de productos alimenticios de la Agricultura Familiar y de origen empresario y cooperativo, que integrara las instancias de logísticas y organización de la producción a través de la articulación con políticas locales. Fue creado por iniciativa del gobierno provincial de Misiones como parte del objetivo asumido más o menos parcialmente por las políticas locales de transformar a la Agricultura Familiar en la abastecedora directa de alimentos de la provincia. Luego de varios años de proyección, gestión y construcción de su infraestructura, el MCZ comenzó a operar en el año 2012.

El MCZ forma parte de una de las líneas de acción del Instituto de Fomento Agropecuario e Industrial (IFAI), dependiendo administrativamente del Ministerio del Agro y la Producción de la Provincia pero políticamente dirigido por dicho instituto. Actualmente, frente a la sanción de la Ley de AF y la creación de la Secretaría de Estado de Agricultura Familiar (con rango de Ministerio), y sus competencia como órgano de aplicación de la Ley de Ferias Francas y Mercado Concentrador Zonal, Ley de Agroecología y la Ley de AF propiamente dicha, la gestión del MCZ se encuentra en un proceso de transición entre el Ministerio del Agro, IFAI y SEAF.

Como mencionamos en el apartado 3, su gestación formó parte de un proceso de legitimación de la “comercialización directa” como una cuestión socialmente problematizada. Concretamente fue promovido a partir del encuentro “Campo- ciudad” convocados por el Ministerio de Acción Cooperativa, el CFI, ADEMI en 2006, a partir del cual el IFAI planifica la ubicación de este y otros mercados. De acuerdo con el director del IFAI y ex diputado provincial promotor de la Ley de Ferias, el proyecto del MCZ responde a una necesidad planteada por los feriantes:

“(...) y en el 2005 en una charla con el gobernador Rovira le planteaba una necesidad de los feriantes de Villa Cabello...Me pedían freezer, ampliar un saloncito para sus reuniones, poner unos sanitarios más, mejorar la infraestructura de su lugar... y Rovira me dice: Ese lugar es un polideportivo, el uso esta para otra cosa, si bien nosotros le estamos cediendo para que los feriantes vengan a vender, ese lugar tiene otro uso, pero siempre es un lugar que no está preparado para la venta. Pensemos en construir algo en donde esté preparado para la venta, de que sea un espacio donde los productores puedan venir a vender pero que sea ya diseñado con ese objetivo” (Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones).

La iniciativa del Mercado se presenta “*como una (...) instancia superadora del paso siguiente de la feria franca. La feria franca para mí es un paso inicial de donde el pequeño productor pueda empezar (...)*” (Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones). El salto de escala que se propone a partir del MCZ de Posadas, también se visualiza a nivel provincial, a partir de la proyección de otros mercados semejantes en las ciudades de: Eldorado, Oberá, Jardín América y Puerto Rico. El objetivo de instalar estos mercados es asegurar un intercambio regional entre ellos, pero que a la vez funcionen como “centros de acopio” para trasladar a Posadas los excedentes. Sin embargo, al día de hoy sólo funciona el MCZ de Posadas, y próximamente otro en Puerto Rico¹².

El proyecto de construcción del edificio comienza en el año 2006 y finaliza en el año 2009, pero queda paralizado hasta el año 2012. El MCZ se emplaza en un barrio de las afueras de la ciudad de Posadas, respondiendo a la idea de acercar alimentos de

¹² En el caso de Eldorado y Oberá, las obras están “paradas” por dificultades presupuestarias y dominiales. Sin embargo, en el caso de Puerto Rico, después de 2 años de obra, se espera inaugurar el nuevo MCZ en Septiembre de este año, pero en este caso bajo la gestión del Municipio y acompañamiento financiero y técnico del IFAI y la SEAF. A diferencia de Posadas, en Puerto Rico existe una sola Feria Franca (creada en 1998) con 7 productores, un Mercado Municipal de Agroalimentos con 5 productores, y la mayor parte de las verduras provienen del Mercado Central de Posadas o a partir de ciertas firmas de supermercados locales que tienen producción propia en otras provincias (Mendoza); mientras que la carne proviene de frigoríficos cercanos o del carneado no registrado de pequeños productores y carniceros. A partir de una mesa de trabajo interinstitucional (INTA, Municipio, IFAI, SEAF) se espera promover la producción de alimentos para abastecer al mercado y la creación de un reglamento común que sirva de instrumento al MCZ de Posadas y a los otros mercados proyectados.

pequeños productores a un precio accesible a sectores populares urbanos. La inversión para la puesta en marcha del mercado fue de 3 millones de pesos, mientras que los gastos operativos (en Septiembre de 2014) no superaban los 250 mil pesos mensuales. En la actualidad, los gastos operativos anuales (2017) son de 8 millones de pesos (670 mil pesos mensuales aproximadamente).

La gestión técnico-administrativa está a cargo de un Coordinador General, mientras que las tareas operativas (transporte, limpieza, estibaje y control) emplea el trabajo de 40 personas (de las cuales, más de la mitad -28- realizan tareas de limpieza). A esa estructura debiera sumarse el trabajo de asistencia técnica a cargo de técnicos profesionales que pertenecen al IFAI (1), Secretaría de AF de la Nación (1) y Ministerio del Agro y la Producción (1).

Bajo esas condiciones de infraestructura, el MCZ abre sus puertas todas las semanas entre los días Martes y Sábados, días durante los cuales se realizan tanto las tareas de logística de la producción (hortícola y cárnica) como diversas actividades socioculturales. Según los entrevistados, los Sábados son los días de mayor concurrencia al MCZ¹³, momento en que se suelen ofrecer actividades culturales (artísticas o culinarias) que promueven la participación de los puesteros y a la vez incentivan el consumo de productos del mismo mercado (a través de la degustación y difusión de recetas, por ejemplo). También durante la semana, las instalaciones son utilizadas para diversas actividades sociales, culturales: planes de finalización estudios secundarios para adultos, talleres, cursos, etc.

En términos edilicios, el mercado tiene una organización radial en torno a un patio central al que se llega luego de atravesar un amplio pasillo donde se ubican las oficinas de la Administración, aulas y baños. El mercado está dividido en cuatro sectores productivos (Carnes, Varios, Fruti-Hortícolas y Pre-elaborados) subdivididos en boxes de venta, y un sector de recepción y acopio de productos en cámaras frigoríficas (Ver Ilustración 1). Cada uno de estos sectores es coordinado por un “Encargado de Sector” que organiza las tareas diarias (especialmente la administración de los productos y las cámaras de frío) y se ocupa de atender las necesidades de los puesteros.

A partir de la infraestructura y estructura organizacional que se mencionó es que se lleva adelante la planificación de la producción, logística y comercialización del mercado.

¹³ Al momento de hacer las entrevistas en 2014, de acuerdo a diversas entrevistas y fuentes, el MCZ era visitado semanalmente por entre 2000 y 2500 personas. Después de 2015, los puesteros corroboran una merma a través de la disminución de las ventas.



Ilustración 1: Fachada y croquis de las instalaciones del MCZ.

El trabajo de identificación y convocatoria de productores interesados se basó en el apoyo institucional y técnico de la ex Subsecretaría de AF de la Nación, en la que los técnicos zonales, ya estaban trabajando desde hacía varios años. De acuerdo con los datos de las entrevistas dicho trabajo comienza a principios de 2012 y se extiende por seis meses, en los que se sistematiza y planifica la participación de productores de distintos puntos de la provincia. Finalmente el Mercado abre sus puertas en Agosto de 2012:

“Entonces esos 6 meses, unos de los temas de eje de trabajo era ese. Hicimos una identificación de productores, o sea focalizamos, fuimos a ver dónde están, trazamos un eje todo lo que es producción de hojas no más de 60 Km a la redonda porque tiene que llegar fresco y es una cuestión de logística, mucho bulto y eso va de Roca, Andrade, Apóstoles, Cerro azul, Garupá y Gran Posadas. Y ahí bueno, identificar productores. Y así con todos los rubros (...)” (Director del IFAI, 17 y 18 /09/2014, Posadas, Misiones).

La política provincial de lograr el autoabastecimiento local se desarrolla a partir de una estrategia de diversificación en “cuencas productivas”¹⁴. Para ello, el MCZ trabajó con 25 municipios que constituyeron inicialmente la “cuenca productiva del MCZ”. La organización se llevó a cabo en tres fases: el primer paso fue realizar un relevamiento de productores y productos; el segundo, fue brindar asistencia técnica y financiera y por último se focalizó en organizar la modalidad de trabajo. Es decir, a partir de ese diagnóstico, la organización del MCZ comenzó a fortalecer la producción mediante el

¹⁴ “Una cuenca productiva se define como “el territorio o lugar geográfico de características comunes”, entre las que se incluye: el cultivo/producto característico del lugar, su forma de producción, los hábitos de consumo de la población, los aspectos demográficos y culturales, las características del productor, el sistema de tenencia de la tierra. (...) ...en su sentido más operativo...(…) adquiere un significado más general, como área con cierto agrupamiento de productores especializados en la producción de algún producto, o áreas que potencialmente pueden especializarse y por lo tanto ser objeto de promoción de parte del estado provincial.” (Arzeno, 2014: 420-421).

subsidio de capital de trabajo (invernáculos, sistemas de riego, media sombra, plásticos, etc.)¹⁵ y acompañamiento técnico. Para fortalecer esa decisión, inicialmente la comercialización de productos extra-locales (como cebolla, papa, frutilla, etc.) sólo se hacía a través de un box y en el marco de un acuerdo con la “Cámara de Almaceneros de Posadas”¹⁶, donde además se ofrecían productos agroindustriales como arroz, aceite, harina, puré de tomates, fideos, entre otros y a precios muy bajos

De ese modo, y de acuerdo con los datos institucionales, en 2014 participaban diversos productores, emprendedores y empresas. Así el “Sectores cárnico, lácteos y derivados”, estaba compuesto por 17 empresas privadas y cooperativas; el “Sector Frutihortícola” (subdividido en 48 boxes) se conformaba con más de 150 productores semanalmente; el “Sector Pre-elaborados” estaba ocupado con 12 elaboradores de pastas frescas y secas, panificados, confituras, jugos, café, chipa, torta frita, etc. ; y, el “Sector Varios” donde participaban 150 emprendedores comercializando diversos tipos de artesanías (en vidrio, madera, indumentaria, conservas, dulces, plantas aromáticas, yerbas saborizadas, etc.). En la actualidad (2017) se observaron: 10 empresas privadas y cooperativas en el sector cárnico; 57 en el sector frutihortícola; 30 emprendedores del sector Varios y 18 emprendedores en los puestos de “Pre- elaborados”.

A pesar de la merma en la cantidad de puesteros, la variedad de productos ofrecidos en el MCZ se ha ido acrecentando. Sin embargo, desde 2014 a la actualidad, tanto la práctica de los puesteros como diversas dificultades que ha atravesado el MCZ para sostenerse, ha llevado a la eliminación de la restricción que regía para ofrecer únicamente productos de las chacras misioneras. De modo que en la observación a campo y la entrevista con distintos puesteros, se percibe una permanente presencia de productos provenientes del Mercado Central de Posadas, además de que se ha abierto otro almacén en el sector “Fruti-hortícola”. La lógica a la que responde ello es captar la compra del consumidor en la mayoría de los rubros alimentarios, a semejanza de un “supermercado”:

“Porque no tenemos todos los productos. Es decir, si vos querés venir a comprar banana de Misiones, hay épocas que podés tener, [pero] normalmente la banana viene de afuera, lo mismo que la manzana. Entonces nosotros acá cupificamos los productos no estacionales, de manera tal que si vos venís a llevar la lechuguita, el

¹⁵ De acuerdo con el Presidente del IFAI, inicialmente se había comenzado con un fondo 3 millones de pesos, mientras que al momento de la entrevista (Sep 2014) se volcaban 2 millones de pesos en forma de subsidios. En la actualidad (2017), la provincia atraviesa una fuerte dificultad financiera para impulsar programas públicos. Se rescata en el rubro hortícola, el Programa Soberanía Hortícola, de financiamiento a la producción de tomate y morrón.

¹⁶ De acuerdo con el Director del IFAI, dicha Cooperativa se gestó a comienzos del año 2000 a partir de la instalación de los primeros supermercados en la ciudad de Posadas, con el acompañamiento del gobierno provincial y como parte de una estrategia del gobierno local para aminorar el impacto de su competencia.

perejil, ehh... tu porción de cerdo, de vaca, pollo, de queso, de pan o algún regalito; también puedas llevar la banana, la manzana, el morrón por ejemplo...(...) Porque la idea, la génesis de este Mercado Concentrador es tener productos Misioneros, pero que pensé yo, si vos venís a buscar algo que no hay porque no es de Misiones, vos vas a ir a comprar afuera, con el riesgo de que ya vas a comprar afuera todo”. (Coordinador del MCZ, 22/07/17, Posadas, Misiones).

El camión con que cuenta el MCZ diariamente realiza el transporte de productos tanto fruti-hortícolas como cárnicos y lácteos (en días distintos). De acuerdo a la Encargada del “Sector frutihortícola”, alrededor de 20 productores envían su producción a través del camión del MCZ. La existencia de cámaras frigoríficas además, les permite llevar producción sólo una o dos veces por semana (generalmente los miércoles y viernes) y a la vez realizar un registro de los productos que ingresan y salen del mercado, así como una estimación de las ventas diarias (a través de los cambios de stock de las cámaras).

En términos del destino de la comercialización y la modalidad de venta, los distintos entrevistados referían a que las ventas semanales se destinan principalmente a comerciantes posadeños (verduleros o comerciantes vinculados al rubro gastronómico) mientras que los fines de semana se da una mayor concurrencia del público vecino.

Durante el trabajo de campo de 2014-2015 se registró que desde la coordinación del MCZ se desarrollaron diversas modalidades de comercialización a través de:

- a) Venta minorista y mayorista en el MCZ.
- b) “Bolsones de verduras” promocionados regularmente y en días festivos.
- c) Venta de productos a organismos del Estado (Ministerios de Desarrollo Social, Educación, Consejo General de Educación de la provincia).
- d) Participación en ferias y encuentros en otras zonas: “Feria de Caminos y Sabores” o el “Festival Raíz” en Buenos Aires.
- e) Participación en ferias barriales: ferias “Hacer en los barrios”, que eran co-gestionadas por programas municipales y provinciales de acción en los barrios posadeños, “Posadas Produce”¹⁷ y “Hecho en Misiones”¹⁸.
- f) Venta a supermercados locales.

¹⁷ El programa “Posadas Produce” perteneció al Programa Municipal de Desarrollo Socio Productivo de la Secretaría de Promoción del Desarrollo y la Dirección General de Desarrollo Económico. Tuvo sus inicios en 2010 como parte de la estrategia municipal de apoyo, creación y fortalecimiento de emprendimientos productivos, y comercialización en ferias locales.

¹⁸ El programa “Hecho en Misiones” pertenece al Ministerio De Desarrollo Social, La Mujer Y La Juventud de la Provincia de Misiones. Dicho programa se inicia a comienzos de 2010 y está destinado a diversos emprendimientos de la Economía Social. Dentro de sus líneas de acción figuran: la marca colectiva “Hecho en Misiones”; la REDEM (Red de Emprendedores); y, la organización y participación en distintas Ferias (Festivales Hecho en Misiones, las Ferias de Emprendedores de la Economía Social y la participación en Ferias Provinciales y locales).

Durante 2016/17 algunas modalidades de venta se discontinuaron (c, d y f) probablemente vinculado a las dificultades y reorientaciones presupuestarias que atraviesan tanto el Gobierno Provincial como Nacional. Sí se observó la venta de productos frutihortícolas en bolsones y la participación en ciertos eventos como “Expo-Mujer”¹⁹

Finalmente, de una encuesta realizada a 27 puesteros del Sector Frutihortícola en Julio de 2017, presentamos algunas conclusiones parciales de los datos relevados:

- Existe una gran dificultad analítica para diferenciar “categorías puras” de actores dado que los puesteros desarrollan estrategias de producción y comercialización muy diversas y fluctuantes en el tiempo, que además eventualmente involucra actividades urbanas. En ese sentido casi un 60% de los entrevistados podrían considerarse productores o miembros de unidades domésticas que desarrollan alguna estrategia de “integración familiar”. El 40% restante se tratan de revendedores de otros productos, medieros o empleados de productores que comercializan en ferias, en Mercado Central y/o tienen “reparto” en la ciudad de origen.
- La producción de hoja parece resultar una de las “producciones de refugio” de los productores: por su baja inversión relativa necesaria, la velocidad de crecimiento del cultivo y por tanto de recupero de la inversión, por los requerimientos edafoclimáticos y culturales (labores agrícolas) y la variabilidad climática cada vez menos previsible.
- Los principales departamento de origen de la producción coinciden con las principales zonas productoras de la provincia: San Ignacio, Leandro N. Alem, Capital y Candelaria. Recorriendo entre 20 y 80km de distancia hasta el MCZ.
- De todos los entrevistados, el 60% tiene una presencia diaria en el MCZ. El 50% de ellos son productores que logran hacerlo mediante arreglos intrafamiliares; los que sólo van entre uno o 4 días a la semana, mencionan que el MCZ no es su principal canal de venta (y sí lo son las Ferias Francas, el Mercado Central o la venta en la chacra).

5. Contradicciones y resignificaciones a partir del análisis del caso.

A partir de las características mencionadas del MCZ, haremos algunas observaciones sobre el carácter que adopta la institucionalización de un mercado de coordinación

¹⁹ Programa de financiamiento de emprendedoras mujeres organizado por el Ministerio de Acción Cooperativa que desde 2007 reúne a más de 1700 participantes en eventos anuales.

estatal y las resignificaciones y contradicciones que consideramos se han dado en la práctica.

El primer dato significativo, tiene que ver con la debilidad de la política para fortalecer o sostener a la producción familiar a pesar de “garantizar la comercialización”. Por diversos motivos (estructurales y coyunturales) la cantidad de puesteros en el MCZ ha ido disminuyendo, y la cantidad de productos del Mercado Central tiene cada vez más peso. Esto quizás puede ser explicado desde distintas aristas. En un nivel microeconómico, se relaciona a distintos aspectos funcionales de las estrategias de comercialización de los puesteros. Es decir, en algunos casos se trata de completar el escaso volumen de producción individual, en otros para complementar la variedad de productos ofrecidos, o también porque la venta en el Mercado Concentrador no suele ser el principal canal de venta (de modo que reúnen producciones tanto del Mercado Central como de productores de su zona). En un nivel de análisis meso-socioeconómico, podríamos argüir que se parte de una condición de restricción en los productores locales, en tanto los principales productos en los que tienen capacidad y estabilidad de producción son los “productos de hoja”. Hecho manifestado también por funcionarios locales que corroboran que en algunos productos más del 90% de la producción continúa viniendo de otras provincias.

En segundo lugar, frente a los objetivos de la política de aumentar la escala de ventas de los feriantes (reflejado en la expresión: [como una]“*instancia superadora del paso siguiente de la feria franca*”) y de abastecer a la provincia con alimentos de la AF, en la práctica, en el MCZ convive una heterogeneidad de productores, empresas y emprendedores, con trayectorias y escalas muy diversas, que evidencia la contradicción a la que se enfrenta el MCZ, es decir, la condición estructural de las distintas cadenas de productos, donde los procesos de concentración de la producción y comercialización adquiere dinámicas propias. El trabajo de campo muestra una gran heterogeneidad de situaciones en el sector fruti-hortícola especialmente. Desde familias que combinan estrategias de producción en muy pequeña escala (menos de una hectárea) con trabajos extraprediales en la ciudad (changas como albañiles o carpinteros) hasta “integraciones familiares” con miembros de la familia que ocupan más de un puesto, no sólo vendiendo productos propios (y de la familia) sino del Mercado Central, o, dividiendo las tareas de comercialización y producción entre familiares (con explotaciones de más de 25 ha). Sí, quizás es particularmente evidente que los productos cárnicos que se ofrecen provienen en su mayoría de empresas o cooperativas tradicionales de la

provincia, como CAUL o los lácteos de la Coop. Colonia Aurora, pero también que no todas han perdurado en el MCZ por las dificultades de venta que hay allí.

Por otro lado, el MCZ, se enfrenta a la contradicción de proteger el “poder adquisitivo” de los consumidores, con las posibilidades concretas de desarrollar producciones “menos competitivas” que las que vienen de otras provincias. Aunque imperceptible, existe una puja distributiva entre los productores y los intermediarios locales (representados de algún modo en el Mercado Central) por captar la demanda de los consumidores. Aunque por otro lado, se presenta el desafío de desarrollar y favorecer “micro-cuencas” hortícolas o cárnicas periurbanas o rurales más cercanas a la ciudad. La reciente creación de la AER Posadas (2015) y el trabajo preexistente de Pro-Huerta, podría ser relevante para visibilizar y fortalecer productores de mayor cercanía.

Por otro lado, en el plano de la comercialización, si bien los días de apertura del mercado resultan contradictorios con la idea de favorecer al productor local (que sólo suele dedicar un día o dos a la comercialización); algunas familias han desplegado estrategias comunes para garantizar su presencia allí. Sin embargo, la mayor presencia de productores en día Sábado, da cuenta por un lado, de que los productores que van al mercado continúan eligiendo uno o dos días de la semana para vender, pero también que el mercado presenta dificultades para “garantizar la comercialización”.

En términos generales, el trabajo de campo reveló que existe una permanente tensión entre garantizar la producción local de alimentos y provenientes de pequeños productores, con la escala y especialización productiva y de comercialización aparentemente necesaria para lograrlo, dado el desarrollo y grado de concentración del sistema agroalimentario en general, reforzado aún más con el período de recesión que se atraviesa.

6. Conclusiones.

Brevemente, a través del trabajo se intentó visualizar cómo la toma de posición del Estado sobre una “cuestión socialmente problematizada” puede ser entendida como un “nudo” de un proceso social, en tanto ésta resulta influyente sobre los otros actores. En ese sentido, dada la importancia de la AF en Misiones mencionada, desde la creación de las Ferias Francas hasta el surgimiento de diversas modalidades de comercialización directa- como el MCZ y las leyes mencionadas-, han ido apareciendo nuevos ejes o dimensiones, que resignifican a “la cuestión”.

En primer término, el surgimiento del MCZ y de muchas otras experiencias, expresan que no sólo está en manos de las organizaciones de Ferias Francas, las posibilidades de

disputar el grado de concentración del sistema alimentario. Pero también, que es una condición estructural que atraviesa a la economía en general, que de algún modo está mostrando la necesidad de lograr la valorización social del *trabajo* -artesano, local, familiar- más allá de una “cuestión comercial”, pero que aún así, no es tan fácil de revertir ni aún garantizando un espacio de comercialización.

Por otro lado, el reconocimiento jurídico constituyó y corporizó parte de la reconfiguración de “la cuestión”. Así, las leyes mencionadas referencian a tres procesos interrelacionados: el reconocimiento social de un actor particular (con las Leyes de AF), de un modo de producción (La agroecológica) y un modo de comercialización (Ferias y otros tipos de mercados directos). Sin embargo, si bien representan un avance institucional en lo formal y que puede entenderse como un reconocimiento de procesos o prácticas pre-existentes; en la práctica, el estado de las relaciones de fuerza se visualizan en la “permanente presencia de productos del Mercado Central”. Pero además, recuperando la experiencia de organización de las Ferias a nivel provincial, nos preguntamos: es posible pensar que la institucionalización formal del sector no signifique una normativización de las prácticas en un sentido coercitivo o como “barreras de entrada” que los AF deban cumplir (normas bromatológicas, sellos, requisitos impositivos indiferenciados, etc. por ejemplo) y que a mediano plazo conduzca a la “caída en la informalidad” o su salida del sector si no es acompañado con otras políticas (asistencia técnica, acceso al agua, financiamiento, etc.)?

Finalmente, una discusión no saldada para la Economía Social o la AF, tiene que ver con la escala productiva, comercial y logística que la AF requiere “para no dejar de ser AF”, y qué rol debería ocupar el Estado en ese caso. La dificultad analítica para categorizar a los puesteros presentes en el MCZ y sus prácticas de comercialización deberían ser una señal de alerta en tanto estrategias de mitigación de riesgos, más que una preconcepción como prácticas de acumulación. En ese sentido, nos preguntamos cómo es posible “institucionalizar” relaciones cada vez más marcadas por la flexibilidad, la inestabilidad y el cambio?

7. Bibliografía.

Arzeno, M., Deheza, M. d. P., Muñecas, L. y Zanotti, A. (2015). Discusiones en torno a la soberanía alimentaria en Misiones en el campo de las políticas públicas y las organizaciones de agricultura familiar. *Revista Mundo Agrario*. .

Arzeno, M. y Ponce, M. (2010). El conflicto sin fin. Negociaciones y disputas en torno a la aplicación del Plan de Arraigo y Colonización en tierras privadas del nordeste de Misiones. En Manzanal, M y Villarreal, F (Eds.), *El desarrollo y sus lógicas en disputa en el norte argentino* (pp. 71-90).

- Arzeno, M. P., Mariana. (2014). Las contradicciones de las políticas públicas: desarrollo territorial rural en la provincia de Misiones, Argentina. *Cuadernos del CENDES*(85), 69-93.
- Carballo, C. (2000). Las ferias francas de Misiones. Actores y desafíos de un proceso de desarrollo local. *Documento de Trabajo N° 9, Centro de Estudios y Promoción Agraria (CEPA), Buenos Aires.*
- Carballo, C., Tsakoumagkos, P., Gras, C., Rossi, C., Plano, J. L. y Bramuglia, G. (2004). *Articulación de los pequeños productores con el mercado: limitantes y propuestas para superarlas.* Buenos Aires. : PROINDER. Proyecto De Desarrollo De Pequeños Productores Agropecuarios.
- Freaza, M. A. (2002). *Economía de Misiones: Aspectos y actividades relevantes:* Ed. Univ. Nac. de Misiones
- Golsberg, C. y Dumrauf, S. (2010). *Las Ferias de la Agricultura Familiar en la Argentina. Comercialización y financiamiento.* Buenos Aires: Ediciones INTA.
- INDEC. (2010). *Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas.* Argentina: Ministerio de Economía. .
- IPEC. (2012). *Gran Atlas de Misiones.* Misiones, Argentina. : Gobierno de la Provincia de Misiones. .
- Juárez, P., Gisclard, Marie, Goulet, Frederic, Cittadini, Roberto, Elverdin, Julio, Patrouilleau, M. Mercedes, Albaladejo, Christophe, González, Edgardo. (2014). Argentina: políticas de agricultura familiar y desarrollo rural. *Políticas públicas y agriculturas familiares en América Latina y el Caribe. Balance, desafíos y perspectivas.* (pp. 51-70.). Santiago, Chile. : CEPAL. .
- Lapagna, P. (2005). Transformaciones y nuevas articulaciones agroalimentarias. Las Ferias Francas de la Provincia de Misiones. En Giarraca, N. y Teubal, M. (Ed.), *El campo argentino en la encrucijada.* (pp. 341-367). Buenos Aires. : Alianza.
- Lopes de Souza, M. (1995). "O territorio: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento". En En De CASTRO, I.; da COSTA GÓMEZ, P. y LOBATO CORREA, R. (Ed.), *Geografía: conceitos e temas.* Río de Janeiro: Bertrand Edit.
- Mathot, O. y Rebolé, M. I. (s/f). *Ferías Francas:* Cáritas Comisión Nacional. Foro de Trabajo.
- O'Donnell, O. y Oszlak, G. (1981). Estado y políticas estatales en América Latina: hacia una estrategia de investigación. *Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES). Documento G.E. CLACSO/N°4.*
- Obschatko, E., Foti, M. d. P. y Román, M. (2009). Las explotaciones agropecuarias familiares en la República Argentina. Un análisis a partir de los datos del Censo Nacional Agropecuario 2002. *Buenos Aires: MAGyP: IICA.*
- Otaño, A., González, C. y Castuariense, J. (2010). *Cadena de los Maíces "Criollos", Seguridad alimentaria y empleo entre los pequeños agricultores de Misiones. Actores, etapas y reflexiones a partir de un proceso con dos décadas de continuidad.* Trabajo presentado en XV Jornadas Nacionales de Extensión Rural y VII del Mercosur. , San Luis. .
- Oviedo, A. (2010). *La soberanía alimentaria y nutricional: agronegocio y producción campesina.* Trabajo presentado en América Latina: realineamientos políticos y proyectos en disputa, Recife, Pernambuco – Brasil - 15 a 19 de noviembre de 2010.
- Pereira, S. G. (2007). Instituciones, participación y capacitación en el fortalecimiento de la feria franca de Oberá, Misiones. . En Manzanal, Mabel, Arzeno, Mariana, et al. (Eds.), *Territorios en Construcción. Actores, tramas y gobiernos: entre la cooperación y el conflicto.* Buenos Aires: Ciccus. .
- Polanyi, K. (1976). El sistema económico como proceso institucionalizado. En Godelier, M (Comp). (Ed.), *Antropología y economía* (pp. 155-178): Anagrama. .
- Ricotto, A. J. (2002). *Uma rede de produção e comercialização alternativas para a agricultura familiar : o caso das ferias livres de Misiones, Argentina.* Universidad Federal de Rio Grande do Sul. Facultad de Ciencias Económicas. Tesis de Maestría en Desarrollo Rural.
- Schiavoni, G. (2005). La construcción de los 'sin tierra' en Misiones, Argentina. *Revista Theomai: estudios sobre sociedad, naturaleza y desarrollo*(N° 12), 1.
- SENASA. (2014). *Informe estadístico de producción porcina.* Argentina. : Página web institucional. .