

“La producción del espacio social en la
feria. Una aproximación antropológica
desde los Imaginarios Sociales”

Stefania Scalcini

Facultad de Ciencias Sociales-UNICEN

stefaniascalcini@gmail.com

Licenciada en Antropología orientación social

Eje 6: Espacio social, tiempo y espacio

XII Jornadas de Jóvenes Investigadores

Instituto de Investigaciones Gino Germani

23, 24 y 25 de octubre 2024

Palabras clave: Espacio urbano, Imaginario Social, Ferias, Palimpsesto, Emprendedurismo.

Introducción

Este trabajo está enmarcado en una investigación que aborda el análisis de Imaginarios Sociales en torno a la noción de Economía Social y Solidaria (ESS) en Azul, una ciudad media del centro de la provincia de Buenos Aires. Una de las aristas que propongo analizar en esta ponencia es la relación entre las representaciones sobre el espacio urbano como eje modernizante en contraposición a la ruralización de la feria en el centro de la ciudad como ‘elemento atrasado’, teniendo en cuenta escenarios temporales que se asignan a cada uno. Cabe destacar que el presente análisis se llevará a cabo sobre la recopilación de registros que he realizado en torno a las negociaciones por el armado de puestos en las ferias de un grupo de mujeres feriantes denominado Asociación Civil Cervantes (ACC), en el periodo entre 2016-2019 en la ciudad de Azul, investigación que ha sido concluida para obtener el título de grado en Licenciatura en Antropología Social en la Facultad de Ciencias Sociales de la UNICEN.

En este sentido, intentaré dar cuenta de cómo estas configuraciones imaginarias inciden en la cotideaneidad, en los conflictos concretos de la feria cómo la toma de decisiones sobre dónde y cómo vender, así como también qué vender, es decir, los elementos estéticos que intervienen en las negociaciones por el armado de los puestos de feria en diferentes eventos de la ciudad. Me interesa aquí **analizar los imaginarios sociales como arena donde se escenifica la lucha por los significados en torno a la categoría de Economía Social y Solidaria (ESS) en una ciudad media de la Provincia de Buenos Aires en el período 2016-2019.**

Desde el abordaje teórico histórico, estructural y simbólico al que suscribo en este trabajo, es que deseo problematizar y reconocer las relaciones entre algunos procesos de reconversión de la identidad urbana local de la ciudad y las formas y contenidos concretos que asumen las ferias de la ESS en un contexto histórico específico. A través de la metáfora del *palimpsesto* (Gravano, 2005) intentaré mostrar que las imágenes o identidades urbanas que se forjaron en otras coyunturas históricas, reaparecen y se proyectan cumpliendo una función social concreta. El abordaje metodológico se desarrolló a partir de un enfoque etnográfico (Achilli, 2005; Guber, 2011; Rockwell, 2009) utilizando estrategias de investigación cualitativas, como entrevistas en

profundidad y semi estructuradas, observación participante, análisis de fuentes documentales y redes sociales.

La Asociación Civil Cervantes (ACC) compuesta por feriantes mayoritariamente mujeres, está organizada a partir del año 2006, contexto en el cual se congregaron colectivamente para la comercialización en ferias de bienes, como productos alimenticios, plantas, ropa, accesorios, artesanías. Esta organización, que ha atravesado diversos momentos sociales y políticos adversos, ha logrado sostener sus emprendimientos y proyectos productivos hasta la actualidad. Esta realidad no ha sido sostenida sin conflictividades, es decir, la continuidad de las ferias ha atravesado problemas concretos como la legitimación del uso del espacio público, la toma de decisiones sobre qué comercializar, en qué lugares y con quienes vincularse para ello. Tras conocer una pequeña parte de estos escenarios, me propuse indagar en el *hacer* Economía Social desde una perspectiva situada a partir de estrategias de comercialización en ferias urbanas.

De esta manera, pretendo apuntar al análisis de esta dimensión simbólica a partir del estudio de los Imaginarios Sociales en torno a la categoría de ESS, recuperando la categoría de imaginario social referenciada principalmente por Cornelius Castoriadis (1989) y Pierre Ansart (1989).

A partir de estos objetivos direccioné este trabajo hacia el estudio situado sobre los modos en que la ACC organiza, gestiona y significa la ESS a través de la comercialización en ferias en el contexto urbano de una ciudad media. En este sentido, intentaré mostrar de qué manera lxs feriantes- a partir de prácticas y representaciones asimiladas a la ESS como valor- van generando diversas estrategias, para acceder y usar los espacios públicos urbanos para la comercialización y van construyendo su identidad como grupo, delimitando prácticas y sujetos que pertenecen o no a la ESS. La relevancia que adquiere esta investigación en el campo de la Antropología Social se define a partir de abordar la recuperación de los imaginarios sociales sobre la Economía Social y Solidaria en las ferias y la construcción identitaria que se produce en el ámbito urbano de una ciudad media, siendo esta una aproximación con escasos antecedentes, sobre todo en la unidad académica en la cual se enmarca. De esta manera, este abordaje se presenta como un aporte a dicha problematización, proponiendo una mirada situada e histórica que podrá ser considerada para futuras investigaciones sobre la temática.

Metodología y Aspectos Teóricos

Pensar desde dónde mirar la realidad es un ejercicio que nos convida Donna Haraway (1991) cuando nos habla del conocimiento situado. Desde una epistemología en clave feminista, nos invita a reflexionar sobre nuestros posicionamientos- ideológicos, políticos- como investigadorxs, asumiendo responsablemente desde dónde estamos hablando y para qué lo estamos haciendo. El objetivo es que exista una reflexión acerca de los diálogos que mantiene quien investiga con los actores con los que establece una conversación cargada de poder- dice la autora- fundamental para pensar para quiénes se produce conocimiento y con qué fines. Desde esta perspectiva, el conocimiento es “parcial y posicionado”, es decir, que emerge de un determinado tiempo, cuerpo y lugar. Y a su vez, surge de las características semiótico-materiales de las posiciones y articulaciones a partir de las cuales conocemos y que estarán en constante transformación. Esta honestidad se inscribe en la forma en la que producimos investigaciones, entendiendo a éstas como una acción situada, *“como el producto de un trasfondo corporal e histórico en el cual se articulan saberes y prácticas, con artefactos, espacios y tradiciones que hacen parte de una forma de vida”* (Sandoval, 2013, p. 38). Ese trasfondo se traduce en mi propia experiencia de vida e identidad, en primer lugar, por ser la única mujer de mi familia que logró acceder a la Universidad, y luego como trabajadora informal y reconociéndome políticamente parte de la ESS. Mi historia es interpelada por la academia y viceversa, habitando desde la corporeidad los conflictos internos, las contradicciones, posicionando así una forma de investigar desde esa convivencia.

La investigación que aquí se presenta parte de adoptar el enfoque etnográfico, entendido como una perspectiva que integra método y teoría, sin agotar los problemas de uno y otro (Rockwell, 2009). El principal interés de investigar la complejidad social en la que se encuentran inmersos estxs feriantes que se identifican en la ESS, se inicia en registrar los sentidos, valores y prácticas que no se hallan documentados. En palabras de Achilli (2005), acercarse a lo no documentado *“supone acceder al conocimiento de situaciones que se viven cotidianamente”* (Achilli, 2005, p. 19). Para ello, la antropología ha desplegado una herramienta imprescindible y valorada por otras disciplinas, que es la *observación participante* (Achilli, 2005; Rockwell, 2009), la cual implica la presencia del investigador en las situaciones que abordará posteriormente en sus análisis. Guber (2001) plantea que *“la presencia directa es, indudablemente, una valiosa ayuda para el*

conocimiento social porque evita las mediaciones del incontrolado sentido común de terceros” (Guber, 2001, p. 61). Esta estrategia nos permite también poner en disputa nuestros puntos de vista teóricos, desestructurar las categorías, poniéndonos en comunicación con distintas reflexividades (Guber, 2001).

El trabajo de campo en los momentos de feria de la ACC particularmente, en los talleres de la Universidad y asambleas o reuniones, requirió de un proceso de *extrañamiento* constante, ya que como mencioné anteriormente formaron parte de mi historia y cotidianeidad. En palabras de Lins Ribeiro (1989), es preciso un distanciamiento de las prácticas habituales y la desnaturalización de categorías que forman parte de nuestro sistema comunicacional cotidiano.

En las decisiones que fueron guiando el trabajo etnográfico decidí resguardar las identidades de las personas mediante el uso de nombres ficticios, no así en el caso de aquellas figuras que aparecen en fuentes consultadas de índole pública. En tales casos serán expuestos sus nombres originales.

La producción del espacio social y los Imaginarios Sociales

Como punto de partida, he recuperado el debate sobre la categoría teórica de Imaginario Social referenciado por autores como Cornelius Castoriadis y Pierre Ansart. Desde estos aportes se ha considerado una visión sobre los imaginarios no idealista, en la que esté incluida la contrastación del conflicto estructural, ausente en otras nociones de imaginario que se encuadran en el funcionalismo u otras corrientes sociológicas no críticas (Gravano, 2005). Desde la perspectiva de Castoriadis un Imaginario Social

Es una construcción socio histórica que abarca el conjunto de instituciones, normas y símbolos que comparte un determinado grupo social y, que pese a su carácter imaginado, opera en la realidad ofreciendo tanto oportunidades como restricciones para el accionar de los sujetos. De tal manera, un imaginario no es una ficción ni una falsedad, sino que se trata de una realidad que tiene consecuencias prácticas para la vida cotidiana de las personas (Vera, 2001, p. 31).

Considero que los imaginarios sociales se revelan como una valiosa herramienta para analizar un sistema o racionalidad tomando a su dimensión simbólica como elemento

crucial para comprender cómo inciden en las configuraciones de diversas maneras de lo social, como realidad por las personas que habitan un determinado territorio.

Armando Silva (1992) desarrolla el concepto de imaginarios sociales urbanos a partir de estudiar las territorialidades de ciudades latinoamericanas, recuperando la perspectiva sobre el imaginario que propone Cornelius Castoriadis (1989), quien plantea que además de producir significados, tiene la capacidad de generar acciones concretas, es decir, de materializarse. Los imaginarios sociales urbanos como sistema de imágenes y representaciones simbólicas referenciadas en el espacio de la ciudad, surgen concretamente como una necesidad desde la crítica a las posiciones reduccionistas que consideran al espacio urbano como mero ente físico (Gravano, 2005). De esta manera, Silva retoma esta perspectiva para abordar la producción de territorios oficiales y territorios diferenciales, y en esta noción de territorio integra la dimensión física del espacio y la producción de significados, ambas siendo parte de donde se dan las luchas por la hegemonía.

Autores como Ariel Gravano, Silvia Boggi y Ana Silva, han elaborado una serie de investigaciones en la región centro de la provincia de Buenos Aires, considerando la producción social de los imaginarios urbanos. Partiendo de la intención de reconstruir el proceso histórico vivido en las ciudades en el cual se construyen identidades que se contienen en momentos de esplendor y de crisis, recuperé la categoría de imágenes vigorosas (Lynch, 1966) la cual condensa y homogeniza las relaciones significativas (que se presentan en la realidad social de manera heterogénea y compleja) producida en un espacio y tiempo determinado. Este concepto reconstruye aquellas *“representaciones de lo urbano que actúan como condicionantes de las acciones y las prácticas y que, a su vez, sirven para leer y dar sentido a las situaciones vividas en la ciudad”* (Gravano, 2005, p. 35). Es decir, estas imágenes vigorosas forjadas en distintos momentos históricos sobre una espacialidad urbana determinada no desaparecen, sino que se superponen. La metáfora del *palimpsesto urbano* que propone Gravano (2005) parte de estas consideraciones, permitiéndonos advertir la textura de las identidades urbanas, en la medida que las sucesivas imágenes van dejando sus huellas que, en lugar de borrarse permanecen condicionando las sucesivas re-escrituras.

Por su parte, la categoría de Economía Social y Solidaria ha sido definida a partir de una entidad polisémica en constante construcción y definición, y abarca un abanico de denominaciones y definiciones que han sido nombradas como: Economía Social y Solidaria, Economía Solidaria, Economía Popular, Economía centrada en el Trabajo,

entre otras. Como vimos, el desarrollo teórico que unifica a todas estas vertientes es su cuestionamiento hacia la economía capitalista o *de mercado*, mostrando sus consecuencias en las poblaciones de distintos territorios, y en efecto, intentan construir un horizonte de transformación social y política desde otras racionalidades. A partir de esta primera aproximación, podemos decir que el término Economía Social y Solidaria posee dos grandes significados: por un lado, se trata de un sistema económico que busca asegurar la base material integrada a una sociedad más justa y equilibrada, y por otro lado, también es un proyecto de acción colectiva con el objetivo de construir un sistema económico alternativo al capitalista. Como plantea Coraggio (2015),

(...) Entendemos como Economía Social no tanto una realidad existente que se reproduce sobre sus propias bases o en articulación estructural relativamente autónoma con el resto del sistema económico, sino una propuesta transicional de prácticas económicas de acción transformadora, conscientes de la sociedad que quieren generar desde el interior de la economía mixta actualmente existente, en dirección a otra economía, otro sistema socioeconómico, organizado por el principio de la reproducción ampliada de la vida de todos los ciudadanos-trabajadores, en contraposición con el principio de la acumulación de capital. (Coraggio, 2015, p. 4)

La ESS ha sido presentada desde diversas corrientes teóricas como una forma de organización “alternativa” que permite emancipar el trabajo humano como una forma de contrarrestar y superar los efectos de las políticas neoliberales (Saez Riquelme, 2014). Desde esta perspectiva, se concibe a la ES como un proyecto político y económico que esté al servicio de la comunidad (Mutuberria Lazzarini, 2010), que acompañe el mejoramiento de vida de las personas (Pastore, 2006) y que, en consecuencia, garantice la reproducción ampliada de la vida al conjunto de la sociedad, y no apostando a la lógica de acumulación de capital (Coraggio, 2002).

Por último, la categoría de emprendedurismo, entendida como una práctica disruptiva y que podríamos considerar en conflicto con las identificaciones más clásicas sobre ESS, y que como veremos en el desarrollo de este trabajo, en pugna en términos concretos sobre el contexto social que se aborda. Emprender es una categoría que puede ser entendida a partir de diversas acepciones, dependiendo del contexto en el cual es utilizada. Como práctica socioeconómica, ha sido definida a partir de principios

meritocráticos que no se reducen solo al plano discursivo, sino que también es recuperada para la proyección de políticas sociales como también desde el sector privado en el momento de contratar fuerza de trabajo. El emprendedurismo como práctica y valor que direcciona las estrategias que asumen el autoempleo en la actualidad emerge en Argentina a partir del año 2015, constituyendo un paradigma dominante en lo que Fraser (2019) denomina avanzada del *neoliberalismo progresista*.

Asociación Civil Cervantes

Entre los años 2005 y 2006, una de las experiencias que apelaba a la construcción local de la Economía social, “El banco popular de la Buena Fé”, estaba desarrollando las primeras ferias itinerantes integradas mayormente por mujeres de distintos barrios que producían productos alimenticios como panificados, embutidos, quesos y artesanías. La propuesta principal de este proyecto era recuperar y revalorizar saberes y prácticas de las personas que participaban promoviendo una salida laboral a través de emprendimientos asociativos. Las ferias que se desarrollaban en el marco del *banquito* estaban acompañadas por otras instituciones y expresiones artísticas de la ciudad, lo cual las convertía en un espacio de socialización comunitario.

Estas primeras ferias continuaron realizándose de manera esporádica hasta que a partir del año 2007 comenzaron a unificarse a través de un grupo de productorxs huerteros, esta vez abriendo el espacio a artesanxs y productores de otros alimentos. Como me contaba Carmen, la vinculación institucional- entre el Pro Huerta, el Banco Popular de la Buena Fé y la Municipalidad de Azul- provocó la integración de actores que estaban desarrollando experiencias similares,

“Acá en azul surgió ahí en Pro huerta. Yo ya venía con la impronta del banquito, insistí, otros estuvieron de acuerdo, insistimos entre todos, nos pusimos de acuerdo en grupo, tomamos la decisión y se fue haciendo lo que es la feria. En ese momento todos productores, muchos de verduras, era impresionante productores genuinos orgánicos, después se fueron sumando artesanos, quienes hacíamos panificados, productores de distintas cosas”.
(Carmen, feriante, 2017).

Al año siguiente, el grupo de huerterxs que había integrado a feriar a artesanxs y productorxs de otros rubros, decidieron nombrar a sus ferias como Paseo de Compras

Azuleño. Éste se realizaba una vez por mes en el espacio municipal del Salón de Usos Múltiples Artísticos y Comunitarios (SUMAC) ubicado en el centro de la ciudad. Estos antecedentes fueron el puntapié para que finalmente decidieran llamarse “Paseo de Compras Cervantes”, nombre elegido en relación a la declaración de Azul como Ciudad Cervantina de la Argentina. A partir del nombramiento, lxs integrantes de la feria como otros espacios colectivos y comerciales de la ciudad, iniciaron una vinculación especial con el municipio como con diversas instituciones, revalorizando la imagen oficial de lo Cervantino como emblema identitario urbano. Teniendo en cuenta que el nombre de la feria no había sido puesto al azar, sino más bien se enlazaba con un momento particular de la ciudad que afianzaba su perfil como ciudad cervantina, como emblema urbano dominante, me pregunté sobre la relevancia de esa elección. Fue ahí donde entendí que debía problematizar esta relación entre las representaciones de lxs feriantes sobre la ESS y los imaginarios dominantes referenciados en el espacio urbano local, para comprender desde una perspectiva más amplia e histórica dichas representaciones. Me pregunté ¿Cómo estxs feriantes se representaban y vivenciaban el espacio urbano donde habitaban? ¿Cómo *vive* la ciudad este grupo de feriantes? Registré durante mi trabajo de campo que el ‘anclaje a la ciudad’ lo habían encontrado a través de esta construcción identitaria del *ser cervantino*, que les permitirá además de un reconocimiento social, una identificación con la imagen cultural sobre la cual diversos sectores de la comunidad estaban poniendo el foco. A partir del año 2010 se otorgó al Paseo de Compras Cervantes un lugar asegurado para participar de diversos eventos culturales y artísticos de la “flamante Ciudad Cervantina”. Con intenciones de dar lugar al desarrollo cultural de la ciudad, la gestión municipal coorganizadora del Festival Cervantino buscaba integrar públicos de diversas áreas artísticas: literatura, música, pintura, expresiones educativas y populares, para culminar con una convocatoria masiva del evento que le da cierre al mismo y en donde *La Cervantes* participaría cada año. La clásica inclusión en los festivales año tras año resultó ser un momento muy esperado en el cual “*se congregaba gente de todos lados, muy buenos contactos y ventas*” (Ofelia, feriante de la ACC).

El *quehacer* feriante

Después de haber entrevistado a algunxs feriantes en sus casas, decidí comenzar el camino de la observación participante. La realidad es que yo ya conocía a varias personas que trabajaban allí, por ser hija de una ex feriante y referente del Banco

Popular de la Buena Fe en el barrio Monte Viggiano, y por haber participado en ferias y charlas sobre economía social, sobre todo en mi adolescencia.

Con sentimientos de incertidumbre, tomé notas en mi cuaderno, describí el espacio, lo observé detenidamente. Registré la llegada de lxs feriantes, algunxs aparecían caminando, otros en autos o motos. Particularmente, un Corsa gris enganchaba un carro atrás que se encargaba de traer los gazebos y tablonés. Mi atención estaba puesta en desnaturalizar cada detalle de aquello tan conocido sin tener claridad sobre el objetivo principal del registro. En el momento de la organización, lxs feriantes armaron las mesas con sus respectivos caballetes y un gazebo cada tres aproximadamente. Minutos más tarde me contaron que esta logística puede ir variando de acuerdo a la cantidad de personas que asistan a feriar ese día y también de acuerdo al orden de llegada. Me detuve en el establecimiento de los puestos, observé que hay quienes cuentan con espacio físico donde ubicarse ya preestablecido y otrxs lo hacen en donde les asignen sus compañerxs ya instalados. Otra característica es que no todxs se ubicaban bajo el gazebo, generando un impacto visual diferenciador entre un puesto y otro.

Mientras se armaba la feria en la vereda de Av. 25 de mayo y San Martín transitaban unas diez personas, por el día y el horario. No me convenció en primera instancia el horario que eligen ¿sábado a la mañana? De a poco me acerqué a colaborar con el armado y a conversar, me explicaron por ejemplo que era más fácil ordenar budines y chocolates que acomodar toda la bijouterie y artesanías para que quede *vistoso*. Se escuchaban risas, charlas, algo de música que provenía de una casa de electrodomésticos ubicada enfrente a la esquina donde se arma la feria. Saludé a Ofelia y a otrxs feriantes que estaban charlando en grupito mientras ordenaban sus productos. Ella había sido una de las últimas a las que visité en su casa y habíamos tenido una larga charla, por ello fue a la primera a la que me acerqué. Me presentó a feriantes que todavía no conocía ni tampoco había entrevistado,

O: “Hola Stefania, viniste a visitarnos, ahora te voy a presentar a mis compañeras”

S: “¡Si, pude venir al final! (le había comentado anteriormente que no sabía si iba a poder ir por cuestiones laborales) les está quedando hermosa la feria”.

O: “Ah viste, hay que ponerle onda para que sea más atractiva.

Bah, para atractivas ya estamos nosotras” (nos reímos juntas)

S: “Bueno, ustedes acomoden tranquilas que yo tengo toda la mañana para charlar”

O: “Si, si hay algo que no va a faltar es que hablen, sabes cómo les gusta la lengua a estas”. (volvemos a reír, esta vez junto a dos mujeres que sacaban tortas y budines de una canasta).

En el recorrido de los puestos pude ver la disposición que cada unx hacía de sus productos, así como también la conversación inicial que entablaban con los potenciales consumidores/clientes. Eran generalmente saludos cordiales, comentarios sobre el clima o sobre algún producto que le haya llamado la atención a quien está del otro lado del puesto. Justo en la esquina del complejo del SUMAC - en donde solían establecerse lxs feriantes más antiguxs- había un banner de la Asociación Civil Cervantes que tiene a Sancho Panza y el Quijote, en el que la gente podía sacarse una foto. También una bandera del programa Pro Huerta y otra con el logo de la asociación. A medida que se acercaba el mediodía, había una mayor circulación de gente.

Hacia la esquina de calle San Martín predominaba el rubro gastronómico con dulces y bombones, panificados, otro puesto de verduras, quesos, salamines y productos regionales de Mendoza, otro con plantas aromáticas y cactus. También estaba Vanesa, otra feriante ya entrevistada que vendía tortas, budines y alfajores, hacia la derecha había un puesto de frutas y dulces. Un único puesto enfrente al borde de la Avenida 25 de mayo, atendido por un hombre de unos sesenta años que se mostró reacio a hablar conmigo, y que algunas feriantes me nombraron como *un renegado*, vendía alfombras de lana. Eran un total de doce puestos. La mayoría atendidos por mujeres que superan los cuarenta años de edad. Me di cuenta recién estando ahí lo transitada que era esa vereda. Cambió mi parecer acerca del horario de la feria, estaba bien planteado, se dirigía a un público adulto que dedicaba su mañana a hacer esas compras en un día de por sí más relajado. Había circulación constante de gente. Muchxs frenaban a mirar, aquí también estaba marcada la presencia de mujeres mayores a los cincuenta años. Algunxs venían con bolsas de tela ya preparadas para comprar. Las feriantes se sentaban por momentos en sus reposeras o sillas, tomaban mates y comida para compartir. Me explicaron que suelen agruparse de a dos o tres según el vínculo de afinidad y pasan la mañana conversando entre ellas y con quienes se acercan para comprar, hacer alguna consulta o simplemente mirar. Cuando notan que alguna está distraída o justo salió de su

puesto le avisan que *tiene gente* y también sucede que se atiende el puesto del compañero o compañera que no está.

Cada feriante organiza su “producción” o “mercadería” a su gusto. A veces las feriantes más antiguas ayudaban con esa tarea a quienes recién se sumaban a feriar, recomendando una determinada estética al puesto. Por lo general se utilizaban manteles que la asociación compró de color naranja y se disponían los productos con una intencionalidad visual que atrae a quienes pasaban caminando por allí. Los tablonces funcionaban a modo tradicional de “mostrador” en el cual interactuaban de un lado y otro feriantes y consumidores.

Esta distancia física entre feriante y clientes es un rasgo característico de las ferias en general y se estructura imaginariamente como una práctica “antigua” frente a la góndola de un supermercado o autoservicio, estrategias de comercialización de la economía capitalista contemporánea. La comercialización en ferias suele ser vista también como parte de un “paseo” o “atractivo turístico” en el que se intercambia información sobre el producto y su proceso de producción o del evento que se está realizando a diferencia de lo que sucede en otro tipo de comercios, configurándose como una experiencia particular en la ciudad. Este paseo se vivencia de manera diferente por ejemplo dentro de un supermercado u otros espacios comerciales donde las personas no sólo se proveen de alimentos y otros artículos, sino también de conversaciones como el *chusmerio*, de política o sucesos ocurridos en el ámbito del barrio o la ciudad.

Por otra parte, uno de los ejes que registre en el trabajo de campo era que ciertas experiencias vividas en las ferias de la ESS aparecen como un elemento ruralizador sobre el aspecto urbano de la ciudad. Si bien como plantea Del Águila (2016) retomando a Lynch, estas experiencias, como la de los almacenes barriales, parecen encontrarse simbólicamente “*fuera del tiempo*” mostrándose como una reminiscencia del pasado, son resignificadas constantemente a través de nuevas estéticas dominantes.

Es decir, el fenómeno modernizante que encarna lo urbano en contraposición con lo establecido de épocas anteriores, establece una distinción imaginaria que intenta mostrarse como una ciudad más tecnificada y ‘mejorada’. De esta manera, como veremos en el apartado siguiente las ferias aparecen en tensión con este imaginario que vincula a lo cervantino con una imagen de ciudad cultural y ordenada, especialmente cuando se organizan en eventos desarrollados en la plaza del centro y otros espacios donde concurre una cantidad de gente extraordinaria. En este sentido, intentaré dar cuenta de esta tensión en las experiencias de organización, en la toma de decisiones

sobre qué mostrar y en los relatos sobre el aspecto negativo de *'lo rural'* en el centro de la ciudad.

La producción social del espacio

“La feria es el lugar donde nosotros nos mostramos”

Si bien en el relato de las feriantes fundadoras de la ACC la feria fue la herramienta colectiva que encontraron para salir de una crisis económica, observé que los significados y las prácticas que habían sido mencionadas sobre los comienzos de la asociación como un espacio que reunía principalmente a productorxs locales de alimentos, fueron cambiando en el momento en que realicé el trabajo de campo. Para situar este análisis, decidí poner en discusión una serie de relatos y situaciones en torno a la organización de una de las ferias que se estaba gestionando para un evento que esperaba una amplia convocatoria de público.

El acontecimiento era el cierre del Festival Cervantino del año 2018 denominado *“La plaza se viste de fiesta y despedida”* que se iba a realizar durante dos días de un fin de semana de mediados de octubre, en el cual participó la ACC así como también emprendimientos gastronómicos denominados Foodtrucks. Se trataba de una serie de espectáculos musicales y artísticos sobre un gran escenario posteriores a la clásica seguidilla de eventos de literatura, teatro y arquitectura de la ciudad vinculados al mundo de Cervantes y del coleccionista local Bartolomé J. Ronco. Era, en palabras de miembros de la comisión una *“buena oportunidad para mostrar todo el trabajo que se venía haciendo desde La Cervantes y también de cada proyecto productivo o emprendimiento en particular”*.

La asamblea extraordinaria previa a dicho evento- a la cual tuve la posibilidad de asistir- sostuvo como eje principal discutir acerca de cómo iba a estar organizada la feria, el uso de los gazebos y qué emprendimientos eran más acordes a participar en este tipo de eventos culturales. En este último punto presté una especial atención, ya que la imagen de una *feria linda y vistosa* solo integraba a algunos feriantes, y el resto debería participar de las ferias ordinarias realizadas cada sábado por la mañana en las

instalaciones del SUMAC o cuando se armaban en plazas de barrios. Retomo algunos de los dichos de feriantes durante aquella reunión

“Vieron que el otro día nos reunimos con la chica de la municipalidad, bueno nos decía que estaba buena la idea de que participemos en este evento seamos más que nada artesanos y algunos productores de mermeladas, conservas o chocolates”. (Ofelia, feriante de la ACC)

“Bueno, otra cosa. Como decía Luciana, quizá quede feo en esta feria que vayamos a vender verduras o comida. Eso quedaría para el sábado en el SUMAC”. (Horacio, feriante de la ACC)

“Pero no entiendo, ponle que verduras sea raro ir a comprar a la plaza un día así pero lo demás ya elaborado, rosquitas o torta fritas, si la gente va a estar desde temprano, van a querer tomar un mate y comer algo”. (Carmen, feriante de la ACC)

A partir de estos dichos de Carmen, comenzó un momento de negociación que se fragmentaba entre quienes consideraban que tenían que asistir todos lxs que quisieran ir, y quienes en concordancia con las recomendaciones de la funcionaria municipal comentaban que había un grupo de feriantes que eran más adecuados con este tipo de eventos. El relato de Horacio, retrataba aquella tensión entre prácticas que parecían *ruralizar* a la ciudad cervantina, como por ejemplo poner verduras en cajones o alimentos como rosquitas, tortas fritas o ‘algo para el mate’, empañando la imagen de cultura que la distingue de otros espacios de Azul y de la región. La expresión de que *quedaría feo o una mezcla de cosas* que se vendiera cualquier producto en esa feria, se trasladaba a una discusión más amplia y que algunos tímidamente se animaban a plantear. La reventa también se había puesto en discusión. Si bien la ACC había aceptado que existiera la reventa de algunos productos en sus ferias, tales como sahumeros, velas y bijouterie, no les parecía acorde que se invitara a participar a feriantes que comercializan ropa, ya sea nueva o usada (del estilo ferias americanas), ya que daría un aspecto desalineado y visualmente considerado *como un ranchario*. A

pesar de ser un momento de crisis económica y una oportunidad en la cual podrían producirse ventas para los “emprendimientos convocados”, la discusión entre la organización del *cervantino* y la secretaría de Economía Social y Solidaria de la Municipalidad había entrado en una controversia en torno a quienes podían feriar y en qué condiciones, por lo que decidieron que harían algunas recomendaciones pero que sería finalmente decisión de la ACC las pautas y requisitos para feriar, delegando ese proceso de selección a las propias feriantes.

La noción nativa de *rancherío* para referirse a la reventa de “*verduras en cajones o ropa colgada en perchas o sobrepuestas una encima de la otra en el puesto*”, encarnaba una distinción estética y de resignificar imágenes vigorosas que se habían disputado desde los imaginarios dominantes en el contexto histórico de ciudad blanca (pujante, cultural y administrativa) o de frontera con el indio (asociados a ‘lo salvaje’). Esta tensión entre la imagen dominante de lo Cervantino y las prácticas de feriantes en la plaza del centro de la ciudad, pareciera condicionar una serie de comportamientos y modalidades estéticas a la hora de presentar sus productos. La estética de la feria formaba parte de la imagen que daría la ACC como una institución identificada con determinadas prácticas y valores de la ESS.

En esta línea, puede considerarse a la plaza central como una *vitrina urbana* que Armando Silva (1992), define como un “*espacio para que los demás nos miren, pero también miramos a través de ella*” (Silva, 1992, p. 63). En ella se expresarían los valores, símbolos e identidades de las clases dominantes de la ciudad. Como hemos visto, la mayor parte de feriantes proyectaban mostrar en la ciudad “ciudad festiva, cultural y ordenada”, aspectos estéticos que estuvieran alineados con el evento en el que se estaba participando. En esta forma de *mirarse a través de los ojos de otros*, el grupo consideraba que no todos podían participar, apelando a la cuestión estética de “lo cultural cervantino”. Realizaban un esfuerzo por distinguirse de aquellas categorizaciones que vinculaban la feria a una época de ciudad en decadencia y de crisis. En otras palabras, debían evitar esa imagen de *mezcolanza* en los puestos como condición estética para la participación y por ende, para la generación de ingresos económicos. Como planteaba Ofelia en la asamblea: “*Tenemos que pensar que nuestro comportamiento también es nuestra publicidad, nuestra imagen, no nos sirve mostrar un rejunte de cosas que poco tienen que ver entre sí*” (Ofelia, feriante de la ACC).

A partir de esta apelación a las categorías de *mezcolanza* y *rejunte* encontré también una relación con otra imagen de la ciudad, en este caso desde la negatividad que es la de

‘ciudad en crisis’. Refiere a un momento histórico vivido por lxs azuleños, como fueron las ferias del trueque o las formas de organización implementadas para paliar la situación económica a fines de los años noventa y post 2001. En aquellas ferias se exponía una diversidad de productos de distinta índole en un mismo puesto, lo cual abría la posibilidad al consumidor de acceder a aquellos bienes que la persona feriante había podido recolectar o elaborar para esa jornada, tales como mercadería, ropa usada, productos alimenticios y accesorios de decoración, todos en un mismo espacio de venta. En resumen, durante este recorrido en el trabajo de campo, pude observar que las disputas sobre dónde feriar y qué vender, (en este caso el Festival Cervantino en la plaza del centro), se estructuran a partir de un esfuerzo por distinguirse, en términos estéticos de sectores populares del ámbito urbano- actuales y de épocas anteriores- caracterizados por la utilización de telas y materiales de diversas texturas para armar un puesto, la superposición de productos o una diversidad considerada disarmónica ejemplificada bajo la noción de *rancherío*. En este sentido, podría inferirse que ‘lo estético’ emerge como elemento segregador delimitando quiénes son merecedores de vivir esa espacialidad urbana y quienes quedan *al margen* o excluidos.

Consideraciones Finales

Abordar el análisis en una ciudad media me llevó a pensar en las particularidades que asumen los fenómenos estudiados en estos contextos urbanos -esto es la cuestión de la escala no metropolitana- en relación a la producción de los imaginarios sociales sobre la ESS. Como vimos, los centros urbanos de esta región centro de la provincia de Buenos Aires comparten algunos rasgos en sus representaciones históricas e identitarias construidas desde diversos relatos, oficiales y eruditos. Estos se expresan en imaginarios sociales dominantes, como por ejemplo, la narrativa que enuncia la categoría de ciudad de frontera respecto de los pueblos originarios, la de los tribalismos blancos y la ciudad en decadencia, entre otras. Interesó particularmente el proceso por el cual la ciudad de Azul devino -desde los imaginarios hegemónicos- Ciudad Cervantina.

Es por ello que la deriva analítica me condujo a problematizar la dimensión de *Lo Cervantino* como un emblema cultural urbano que la ACC incorporó como estrategia de permanencia en el espacio público y para dar visibilidad a la feria en la ciudad. Esta identificación de ‘Ciudad Cervantina de la Argentina’, significó un proceso de emblemización sustentado en la noción restringida de “cultura” y asociado a una imagen de ‘ciudad pujante y administrativa’ en términos de los imaginarios dominantes

y oficiales sobre de la ciudad. El análisis de estos imaginarios en términos de palimpsesto brindó elementos para interpretar la producción de sentidos y prácticas situadas en los contextos feriales. Es decir, comprender las significaciones otorgadas a las espacialidades y a las prácticas feriantes en términos de ESS en la ciudad de Azul.

Esta indagación me permitió comprender que la identificación con lo cervantino cobraba sentido en los espacios públicos por donde el grupo de feriantes asociados circulaba, en las espacialidades que seleccionaban para feriar (generalmente en el centro de la ciudad o en festivales organizados por la Municipalidad) y en las formas estéticas que lxs feriantes intentaban mostrar y construir como *vitrinas urbanas*. En este punto, observé intenciones de producir una estética de feria que lidiaba con el imaginario social dominante en torno a “lo indio” y a “lo ruralizado”, que puede apreciarse en el uso nativo de las categorías de *rancherío* y *mezcolanza*. Asimismo, la vitrina urbana expresaba valores e identidades que eran producidos distanciándose moralmente respecto de otros sectores de trabajadores del espacio público, como feriantes de reventa con los puestos que desde los imaginarios de lxs feriantes de la Asociación se percibían como “desprolijos y abarrotados” de bienes, y de comerciantes establecidos en locales de la ciudad.

Desde un enfoque etnográfico, a partir de un periodo de observaciones y entrevistas intenté comprender las lógicas de identificación de las feriantes con la ESS, indagando en las maneras de legitimar su trabajo en el contexto ferial urbano y reflexionando sobre las implicancias que en la práctica conllevaba *hacer* ESS.

Bibliografía

- Achilli, E. (2005). *Investigar en Antropología Social. Los desafíos de transmitir un oficio*. Rosario: Laborde Libros Editor.
- Ansart, P. (1989). *Ideologías, conflictos y poder*. México, Premia.
- Castoriadis, C. (1989). *La institución imaginaria de la sociedad*. vol 2. El imaginario social y la institución. Barcelona: Tusquest.
- Coraggio, J. (2002). “La Economía Social como vía para otro desarrollo social”.
- (2015). “La Economía Social y Solidaria: Niveles y alcances de acción”.
- del Águila, I. (2016). *Le fío porque es de barrio. Un estudio antropológico sobre la complejidad de los intercambios sociales del almacén de barrio*. Tesis de licenciatura en Antropología orientación social. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.

- Fraser, N. (2019). *¡Contrahegemonía ya!* Buenos Aires: Siglo XXI.
- Gravano, A. (2005). *Imaginarios sociales de la ciudad media. Emblemas, fragmentaciones y otredades urbanas.* (Ariel Gravano comp.). Tandil: REUN.
- Guber, R. (2001). *Etnografía: método, campo y reflexividad.* Grupo Editorial Norma.
- (2011). *La etnografía: método, campo y reflexividad.* Siglo XXI. Buenos Aires.
- Haraway, D. (1991). “Conocimientos situados: la cuestión científica en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial”. En: *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza.* Madrid. Ediciones Cátedra.
- Lins Ribeiro, G. (1989). “Descotidianizar. Extrañamiento y conciencia práctica, un ensayo sobre la perspectiva antropológica”. Cuadernos de 99 :Publicar - Año XVI N° XXV// Diciembre de 2018 - ISSN 0327-6627 // ISSN (en línea) 2250-7671 Antropología Social,1, 65-69.
- Lynch, K. (1966). *La imagen de la ciudad.* Buenos Aires: Infinito.
- Mutuberría Lazarini, V. (2010). “El campo de la economía social en debate”. En: García, Alfredo (coord.) *Repensando la economía social.* Buenos Aires, Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini.
- Pastore, R. (2006). “Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social”. Publicación del Centro de Estudios de Sociología del Trabajo. Documento N° 54. Facultad de Ciencias Económicas. UBA
- Rockwell, E. (2009). *La experiencia etnográfica. Historia y cultura en los procesos educativos.* Buenos Aires, Argentina, Paidós Editorial.
- Saez Riquelme, F. (2014). *Relaciones de poder, sujetos y conceptualizaciones en torno a la Economía Social en Argentina (2001-2011). El caso de una cooperativa de vivienda, crédito y consumo.* Tesis de Licenciatura en Ciencias Antropológicas. Universidad de Buenos Aires.
- Sandoval, J. (2013). “Una perspectiva situada de la investigación cualitativa en Ciencias Sociales”. Cinta Moebio (pp. 37-46). Chile. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/cmoebio/n46/art04.pdf>
- Silva, A. (1992). *Imaginarios urbanos.* Bogotá y Sao Paulo: cultura y comunicación urbana en América Latina. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Vera, J. (2001). *Castoriadis (1922-1997),* Madrid, Ediciones del Orto.

