

# **Estrategias de producción sustentable, comercio directo y precio justo en la Economía Social y Popular.**

Cecilia Lusnich.

Cita:

Cecilia Lusnich (2019). *Estrategias de producción sustentable, comercio directo y precio justo en la Economía Social y Popular. XIII Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-023/123>

Estrategias de producción sustentable, comercio directo y precio justo en la Economía  
Social y Popular

Cecilia Lusnich

Eje Temático 2 Mesa 32 “Experiencias socio-económicas alternativas en la Argentina reciente. Trabajo asociado, organización socio-productiva y acción colectiva ante las transformaciones del mundo del trabajo”

IIGG y Carrera de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

[ceciliamlusnich@gmail.com](mailto:ceciliamlusnich@gmail.com)

Durante más de década y media, la Economía Social (ES) y la Economía Popular (EP) pusieron de manifiesto en nuestro país su capacidad para el desarrollo de múltiples estrategias que garantizan las posibilidades de reproducción de la vida de conjuntos cada vez más amplios de la población que quedan por fuera de las posibilidades de empleo tradicionales e, incluso, para el desarrollo de muchas actividades que tanto el Estado como el mercado capitalista dejan de lado u obstruyen. Nos interesa en este trabajo abordar dichas estrategias desde el punto de vista de la producción sustentable y de la comercialización directa, en tanto la red de producción-distribución-consumo que muchas organizaciones, cooperativas y otros actores de la ES y la EP no solamente se basan en los principios de la autogestión y de la cooperación solidaria sino, también, en los de la producción agroecológica, la soberanía alimentaria, el consumo directo y el precio justo, avanzando hacia prácticas no mercantilistas. Analizaremos estos aspectos a partir de las experiencias recientes de la UTT (Unión de Trabajadores de la Tierra) y de la red de almacenes cooperativos Almacoop, y sus diferentes propuestas y acciones que enfatizan la superación del carácter utilitarista de la comercialización capitalista.

Palabras clave: Economía Social y Popular; producción sustentable; comercio directo; precio justo.

## ***1. Acerca de la producción, la comercialización y el consumo***

La Economía Social (ES) y la Economía Popular (EP), durante más de una década y media, han puesto de manifiesto en nuestro país su capacidad para el desarrollo de múltiples estrategias que garantizan las posibilidades de reproducción de la vida de conjuntos cada vez más amplios de la población que quedan por fuera de las posibilidades de empleo tradicionales (Antunes, 2005; Gorz, 1998; Milano 1997) e, incluso, para el desarrollo de muchas actividades que tanto el Estado como el mercado capitalista dejan de lado u obstruyen.<sup>1</sup>

Las experiencias que surgieron y se institucionalizaron en los últimos años fueron acompañadas de una multiplicidad de lecturas acerca de su significación, alcance y horizontes: desde la consideración como una “economía de los pobres para los pobres” o una respuesta transitoria ante una crisis, hasta su percepción como el surgimiento embrionario de otra manera de pensar y construir la economía, pasando por todo un abanico de interpretaciones intermedias (Coraggio, 2007; Razeto, 2015; Ruggeri, 2012; Galaz y Prieto, 2006). La articulación y la convergencia de esas múltiples experiencias socioeconómicas que -en su discurso o en sus prácticas- cuestionan el pensamiento neoliberal hegemónico, se encaminan hacia un “otro mundo posible”, o al menos se interrogan sobre su posibilidad. Estas experiencias son complejas, y multidimensionales; solamente con fines analíticos pueden ser reducidas a uno o dos ejes en su lectura ya que, precisamente en el plano de las experiencias donde puede verificarse la “incrustación”<sup>2</sup> de lo económico en las prácticas sociales, vinculares, culturales, políticas.

Realizado este señalamiento, en este trabajo abordamos dichas estrategias desde el punto de vista de la producción sustentable y de la comercialización directa, en tanto la red de producción-distribución-consumo que muchas organizaciones, cooperativas y otros actores de la ES y la EP no solamente se basan en los principios de la autogestión y de la cooperación solidaria sino, también, en los de la producción agroecológica, el consumo

---

<sup>1</sup> La economía social centra su accionar en los individuos o en colectivos que, “...actúan haciendo transacciones entre la utilidad material y los valores de solidaridad y cooperación, limitando (no necesariamente anulando) la competencia. Se trata de poner límites sociales al mercado capitalista y, si es posible, construir mercados donde los precios y las relaciones resultan de una matriz social que pretende la integración de todos con un esfuerzo y unos resultados distribuidos de manera más igualitaria.” (Coraggio, 2007:16).

<sup>2</sup> En el sentido en que Polanyi (2003) le da a este concepto.

directo y el precio justo<sup>3</sup>, avanzando hacia prácticas no mercantilistas. Analizaremos estos aspectos a partir de las experiencias recientes de la UTT (Unión de Trabajadores de la Tierra) y de la red de almacenes cooperativos Almacoop, en las cuales además de producirse una resignificación de las relaciones de trabajo entre productores/as, también - y como aspectos que no se pueden disociar de los productivos -, la redefinición de los vínculos con el medio ambiente, la priorización de la soberanía alimentaria y la relación entre productores y consumidores como relación social basada en la solidaridad y el compromiso, intentando superar así superando así los sentidos de la lógica instrumental de la comercialización capitalista.

Tanto los desarrollos de la UTT como los de AlmaCoop se articulan en la ES/EP ya que su visión y su práctica reivindica la economía en sus diferentes facetas (producción, financiación, comercio y consumo) como medio –y no como fin– al servicio del desarrollo personal y comunitario. Como veremos más adelante, se presentan como una alternativa al modelo económico imperante, siendo un instrumento de transformación social, que fomenta un desarrollo sostenible, justo y participativo. La centralidad está puesta en los individuos, en el reconocimiento y la puesta en valor del trabajo y las relaciones que se establecen entre las personas, no en un sentido instrumental y utilitarista sino en un sentido social de reconocimiento de “un otro”.

El neoliberalismo expulsa permanentemente trabajadores de la seguridad y de la estabilidad del mercado de trabajo formal, acrecentando las filas de la precariedad y la informalidad. Retomando a Robert Castel (2010) la sociedad salarial supuso la aparición de un modelo sostenible y menos desigual, que a partir de la década de los 70 comenzará a modificarse, y el movimiento hacia la descolectivización y el objetivo de liberar al trabajador de las protecciones y regulaciones llevará al contexto individualista e incierto que nos rodea en la actualidad. Es así que la metamorfosis del trabajo, la precarización, las fragmentaciones de los colectivos y los lazos sociales, están vinculadas a una nueva individualización y a un nuevo proceso de desafiliación. La desestabilización del

---

<sup>3</sup>Marco Coscione (2008), entre otros, ha examinado una de las innovaciones más importantes que conlleva el comercio justo, la auto-organización por asociación de pequeños productores a nivel nacional y regional. Como explica el autor, ésta organización surgió por primera vez en América Latina. Inicialmente se formaron a lo largo de líneas de productos, como el café y la miel, y más tarde se desarrollaron a lo largo de líneas geográficas a nivel nacional y regional.

acoplamiento entre trabajo y protecciones, cuyos indicios se multiplican (la desocupación masiva, la precarización de las condiciones, la multiplicidad de tipos de contrato, el desarrollo de situaciones entre trabajo reconocido y no trabajo, etc.), permiten hablar de hablar de “una degradación del estatuto del empleo” donde cada vez mayor cantidad de trabajadores corren el riesgo de “quedarse afuera de la sociedad salarial”.

Aquí es donde la autogestión se genera, no sólo como alternativa de organización económica y social para los trabajadores informales y precarios (es decir, en el terreno de la “economía social” o “popular”), sino en la resistencia a ese pasaje, recuperando las empresas o formando nuevas desde la autogestión, no para subsistir, sino para recrear sus condiciones de vida (Pastore, 2010). Este es el lugar estratégico de la ES/EP, una economía desde y para los trabajadores y las trabajadoras... *la “economía de los trabajadores” surge como una idea propositiva, no solo descriptiva de formas no capitalistas de organización del trabajo o sectores trabajadores expulsados momentánea o permanentemente de la relación salarial. Al pensarse esta economía a partir de las prácticas de los trabajadores mismos para generar su subsistencia en forma colectiva, podemos ver en esas prácticas y en algunos avances teóricos no necesariamente una propuesta acabada de organización económica alternativa, pero sí prefigurativa de un orden económico pos-capitalista.* (Ruggeri, 2012:29).

Por otra parte, el sistema de mercado capitalista tiene su centralidad en los individuos quienes intentarán maximizar su propio bienestar, y de la suma de estos intereses particulares lograr el bienestar general, propuesta que, paradójicamente, despersonaliza a los individuos. Las necesidades tienen el carácter de ilimitadas, mientras que los recursos para satisfacerlas van en la dirección contraria, son limitados; para lograr la maximización de lo que se pretende escaso el ámbito regulador por excelencia sería el del mercado como “exclusiva institución racional”.<sup>4</sup>

En oposición, resulta muy significativo rescatar la figura del “agricultor”, en el sentido en que la utiliza Denis Merklen, cuando delimita la figura del “cazador urbano” frente a la del “agricultor” y realiza una cierta homologación de estos dos modelos con el trabajador (o

---

<sup>4</sup> Precisamente la ideología neoliberal que se instala en Argentina y en el mundo desde fines de los años setenta, fue una política deliberada e intervencionista por parte de los Estados para desregular y privatizar los mercados y facilitar así la concentración de la economía por parte de los grupos económicos

pobre) excluido versus el trabajador de la sociedad salarial. Precisamente es en el caso del agricultor donde está presente el lazo con la naturaleza y con la comunidad a través del trabajo; lazo que se intenta reconstruir en la ES/EP porque el lazo está roto, el capitalismo desgarró (y niega) ese lazo y el neoliberalismo refuerza esa ruptura aún más. Merklen (2005 a, 2005 b) afirma que desde hace más de veinte años, las clases populares argentinas elaboran nuevas formas de acción colectiva en respuesta a las profundas transformaciones que desestructuraron sus mundos de pertenencia. En esos procesos de desafiliación, estos sectores se refugiaron en el espacio de lo local (el barrio, el territorio) resignificando los vínculos de solidaridad y de sociabilidad.

Las experiencias de la UTT y de AlmaCoop entrelazan dicha resignificación con las ideas de agroecología y comercio justo como formulaciones que tienden a desmercantilizar el trabajo, la producción y el consumo, volviendo a producir valores de uso por sobre mercancías y comunalidad por sobre consumidores. Si bien en ninguno de los dos casos existe un acercamiento explícito a la noción de “espacios de prosumidores” (productores/consumidores) de modo tal que se restablezca la unidad de lo que el capital desunió -producción y consumo- no obstante muchas de las ideas que fundamentan sus prácticas cotidianas se acercan a la del “prosumo”, ya que la figura de un “otro” nunca queda disociada de la de un “nosotros”. En este sentido, la idea de “consumo solidario” que incluye las dimensiones culturales y ecológicas (Mancé, 2009) – como opuesto al consumo alienado y el consumo compulsorio- y la de “redes de colaboración solidaria”, resultan muy interesante respecto de estas experiencias, en tanto explicitan una nueva forma de circulación, distinta de la estructura lineal de producción, distribución y consumo, como etapas separadas una de la otra.

A continuación presentamos algunos de todos estos elementos y consideraciones que se desprenden de los discursos de diferentes representantes de estas dos organizaciones.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Las descripciones así como la transcripción textual que presentamos en esta ponencia corresponden al trabajo de campo desarrollado en curso del año 2019, y en el marco del Proyecto de Reconocimiento Institucional PRII: “Las formas de organización autogestivas en la producción, comercialización y representación política-gremial de la Economía Social”, con sede en el Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

## 2. La UTT

La UTT es una asociación conformada por 10.000 pequeños agricultores de todo el país que trabajan en emprendimientos familiares y en terrenos de una o dos hectáreas como máximo y que, en su mayoría, son alquilados. En este momento, de la producción que se obtiene en las quintas cercanas a La Plata, provincia de Buenos Aires, 120 hectáreas corresponden a producción hortícola agroecológica, cuando en el año 2016 comenzaron la experiencia en 2 hectáreas. El fundamento de este proyecto de *transición agroecológica* es intentar el abandono paulatino del proceso industrial aplicado en la agricultura y basado en los monocultivos, el uso de pesticidas y las semillas transgénicas, dados sus costos y consecuencias sociales, ecológicas y sobre la salud de la población. La agroecología implica para este conjunto de productores de la UTT el manejo de la agrobiodiversidad y la producción diversificada de alimentos, distintos, necesarios, nutritivos en el tiempo de una manera saludable y la recuperación de tierras dañadas y “sin vida”. Entre sus principios se destaca el concepto de “*soberanía alimentaria*” versus el modelo del monocultivo asociado al uso de agrotóxicos. Bajo esta impronta, actualmente cultivan rúcula, tomate, ajíes, lechuga, kale, cebolla, remolacha, zanahoria, acelga y otros vegetales y están dedicadas a la recuperación otras hortalizas que se encuentran en vías de extinción o desaparición en nuestro territorio. También el de *producción cooperativa* y basada en la aplicación de los saberes y conocimientos de los propios trabajadores y el valor de la transmisión de estos saberes entre agricultores.

Paralelamente y también en los últimos años, la UTT se planteó que, además de los aspectos reivindicativos y de un sistema de producción diferente, enfrentaban el desafío de pensar y poner en marcha nuevos mecanismos de comercialización; así comienzan con la creación de *verdulerías agroecológicas* propias, sumadas a la venta de bolsones (en forma directa o a través de revendedores), la presencia en ferias, la venta callejera y la realización de los llamados “verdurazos” y “feriazos”<sup>6</sup>. A fines del año 2017 se creó el Almacén de Ramos Generales de Luis Guillón (provincia de Buenos Aires) y en agosto de 2018 el

---

<sup>6</sup> La UTT realiza periódicamente y en diferentes zonas de la Ciudad de Buenos Aires y del Conurbano Bonaerense, estas actividades como forma de visibilización, concientización y reclamo sobre las condiciones de trabajo y de vida de los pequeños horticultores.

Almacén de Ramos Generales de Almagro, espacios de comercialización directa desde las quintas. En ambos casos el 95% de los productos es agroecológico.

¿Cómo definís a la agroecología, que es para vos como trabajador de la UTT?

*“Para nosotros la agroecología es un modo de vida, no un sistema de producción. Abarca el cuidado del medioambiente, de la tierra, el cuidado de la salud de los trabajadores y sus familias y el cuidado de las personas que nos eligen y buscan un alimento o una alimentación realmente más sana. Podría decirte que una de las bases fundamentales es el conocimiento, los saberes que se pasan de una generación a la otra o de un grupo a otro porque la diversidad cultural también es muy importante cuando hablamos de agroecología. [...] La agroecología es salir del circuito vicioso donde aplicás fertilizantes y plaguicidas que destruyen la tierra y hacen que las plagas sean cada año más resistentes y entonces te venden productos químicos cada vez más venenosos y el circuito no se acaba nunca y la tierra se va muriendo...”*

¿Qué es la UTT para estos agricultores?

*“La UTT es una organización social, una organización que nuclea y defiende los derechos de los campesinos, que son pequeños agricultores familiares que viven en el mismo lugar donde trabajan y la mayor parte de las veces en condiciones muy malas, muy malas. Producir sin agroquímicos es un pilar, pero la dignificación del trabajo de las quintas es otro de los pilares...”*

¿Por qué crearon un almacén o verdulería propia?

*“Una forma de avanzar es a través del comercio directo, primero se abrió el almacén de Guillén y el año pasado el de Almagro, y la recepción de la gente es muy buena [...] el quintero recibe entonces el precio que le*

*corresponde y no como pasa con el Mercado Central donde la diferencia puede llegar a ser de un cuarto o de un tercio de lo que le corresponde... ”.*

En cuanto a los costos de producción, con el pasaje a la Agroecología no se registraría un aumento sino, a la inversa, un descenso de los mismos que mejora las condiciones de estos trabajadores/as. Por el ejemplo, el purín (plaguicida natural o biológico) se puede conseguir a través del CoTePo a un costo 90% inferior que el de un agrotóxico industrial. En caso de elaborarlo en forma individual, el costo es solamente el de la mano de obra.

El trabajo cooperativo también favorece la replicación de la propuesta en otras quintas; en el propio contacto cotidiano muchos productores que tienen temor a este pasaje van observando los avances y resultados y de una u otra manera van realizando pequeñas pruebas que a futuro pueden significar la adopción de este modelo productivo. El precio de los productos se define en forma conjunta. Se realizan asambleas semestrales donde se evalúa la situación de cada cultivo y de cada productor y se fijan los precios. A su vez, la comercialización directa conlleva dos beneficios, en primer lugar la autonomía respecto de los revendedores y cierta certeza de lo que se obtendrá y, en segundo lugar, ingresos que llegan al triple de lo que se obtiene en el mercado regular o en el Mercado Central.

### **3. *Almacoop***

AlmaCoop surgió en un principio en el contexto de la implementación del Programa “Precios Cuidados”, luego de la devaluación de la moneda argentina en el año 2014. En la búsqueda de “*precios razonables y productos de calidad*”, también inician la implementación del sistema de ventas de bolsones de hortalizas dando paso ciertas formas de articulación con organizaciones y cooperativas similares.<sup>7</sup> Un año después la organización inicial se amplió a partir de la inclusión de algunos productores agrícolas de la UTT; se extendió la comercialización a varios puntos de distribución de bolsones y se mejoró la logística ya que se trata de productos frescos (hortalizas que se distribuyen a no más de dos días de cosechadas). Junto con la incorporación de un sistema de “fletes” para

---

<sup>7</sup> Cabe señalar que esta iniciativa de “almacén solidario” nació en el marco de la organización política Nuevo Encuentro y especialmente en el contexto de fuerte devaluación de nuestra moneda en los primeros meses del año 2014.

poder abarcar toda la Ciudad de Buenos Aires, dando cuenta así que a mayor volumen era mayor la necesidad de planificación.<sup>8</sup>

Para los miembros de esta organización de consumo, dos de los núcleos para repensar las actividades y las acciones son la idea de “necesidad” y la de “autogestión”. La primera, la necesidad, alude a la atención permanente respecto de las modificaciones que se fueron dando de parte de los consumidores, y cuya transformación fue muy rápida a la par de las dificultades que el contexto socioeconómico fue generando (procesos inflacionarios en los años 2016 y de 2018 a la fecha; transformaciones en la inserción laboral o desocupación que modificaron los patrones de consumo de las familias). Estas nuevas necesidades significaron la modificación “sobre la marcha” de la cantidad y del tipo de bolsones distribuidos, sumando al bolsón original de hortalizas dos bolsones más, el de productos de tierra (papas, cebollas, etc.) y el frutas como también la gradual ampliación de los puntos de entrega. La segunda, la autogestión, hace a la forma de trabajo al interior de la organización, donde el modelo de asambleas es retomado en las situaciones de toma de decisiones, junto con ciertos aspectos en la rotación de tareas para agilizar las diferentes actividades que semanal o quincenalmente exige el armado y entrega de cada bolsón.

En el año 2016 comenzaron a incorporar productos de almacén y siempre con proveedores que pertenecen a la ES/EP, incluyendo pequeños productores que trabajan en forma artesanal.

¿Qué es AlmaCoop para ustedes?

*“AlmaCoop es un proyecto maravilloso, todavía es un proyecto con un potencial enorme [...] también es un intento por romper con el paradigma hegemónico por el cual la economía es una ciencia dura cuando en realidad es una ciencia social y por eso nunca dos más dos es cuatro[...].”*

---

<sup>8</sup> La modalidad de compra siempre ha sido en forma digital, a través de la página web que el almacén posee. Luego los bolsones de verduras y/o frutas como una amplia gama de productos alimenticios y de limpieza del hogar que actualmente ofrecen son retirados por el consumidor en los diferentes puntos de entrega de la Ciudad de Buenos Aires.

*“Es una herramienta para replantear las formas de comercialización y de consumo [...] especialmente frente a las enormes cadenas de supermercados de capital extranjero o nacional que implementan enormes mecanismos frente a los cuales todos pierden, los productores pierden, los consumidores también pierden.”*

¿Cómo fue la evolución en estos años?

*“La idea es poder seguir viviendo y poder seguir viviendo en sociedad, acá los lazos sociales son lo fundamental [...] el vínculo que vas construyendo de a poquito con quien produce y del otro lado el vínculo con quien compra y después viene a retirar su bolsón [...] así fuimos mejorando y modificando muchas cosas [...] a principios de 2016 nos dimos cuenta que en un solo sábado habíamos pasado a entregar 1200 bolsones [...] y ampliamos la cantidad de puntos de entrega que al principio eran cuatro y hoy tenemos veinticinco cubriendo toda Capital Federal.”*

Finalmente, esta organización ha funcionado hasta la fecha bajo la figura legal de “cooperativa de consumidores finales”. Dados los alcances y la evolución logrados por un lado, y las proyecciones en un futuro de mediano plazo, los miembros de AlmaCoop han iniciado el debate – aún no concluido – hacia el pasaje a la figura de “cooperativa de trabajo”.

#### ***4. La construcción de nuevos sentidos desde las prácticas***

En primer lugar, resulta importante destacar que en las dos experiencias reseñadas, existe como definición fundante la valoración respecto del trabajo de los productores de los bienes que se comercializan y por otra parte, un énfasis particular también en el consumo y la forma que éste debe tener; se refuerza la idea constantemente de que en el comercio justo y en el comercio directo, el consumidor adquiere no sólo productos, sino también relaciones de compromiso con los productores al estar informado del origen del producto

(por ejemplo en los aspectos medioambientales). Es de esta manera que se plantea y se refuerza la idea de que el comercio justo es una relación social que se establece entre el productor y el consumidor, en la cual, tanto uno como otro deben actuar respetando ciertos principios, más allá de que no sean los de la lógica utilitarista del capitalismo. Es posible afirmar, entonces, que tanto la UTT como AlmaCoop en este aspecto remiten hacia un modelo donde “...*la red comercial de producción-distribución-consumo está orientada hacia un desarrollo solidario y sustentable que beneficie principalmente a los productores excluidos o en situación de desventaja, impulsando mejores condiciones económicas, sociales, políticas, culturales, medioambientales y éticas en este proceso*” (Cotera Fretell y Ortiz Roca, 2005: 67).

Los trabajadores y/o representantes distinguen entre el desarrollo entendido como la acumulación de infraestructura por un lado, y por otro lado la posibilidad de independizarse de las modalidades capitalistas hegemónicas e integrar sus actividades en relaciones situadas en el campo de la autogestión, la cooperación y la construcción de nuevas formas de solidaridad entre productores y entre productores y consumidores: “*Se caracterizan por establecer relaciones sociales entre productores y compradores basadas en una nueva ética que guía nuevas prácticas económicas: eliminación/disminución de la intermediación, precio justo, calidad, no explotación del trabajo, equidad de género, cuidado del ambiente. El eje del capitalismo no es el mercado, como vimos al inicio, sino el capital. Los mercados de la economía social y solidaria, son posibles, porque existen experiencias [...] que se manejan con cierta autonomía de los mercados capitalistas concentrados y con una lógica propia, y también son instituciones socialmente necesarias en sociedades complejas, porque permiten intercambiar en forma coordinada los bienes y servicios. En la economía social y solidaria, el mercadeo es una relación social visible entre productores y consumidores, que por cierto implica la compra de algún producto (entendido como bien o servicio). En cambio, en la economía capitalista se trata de un vínculo entre consumidores demandantes y un objeto de deseo; el productor parece estar intencionalmente oculto de modo de resaltar al objeto*” (Caracciolo, 2013:10).

En segundo lugar, estos espacios solidarios favorecen la aparición de relaciones más directas entre productores y consumidores, proponiendo innovaciones sociales como lo

son las relaciones de proximidad, el intercambio de información y saberes e, incluso, relaciones de amistad. Estas proximidades relacionales se convierten en relación de confianza especialmente sobre la procedencia (local) y la calidad (ecológica) de los productos, elemento muy enfatizado por los trabajadores de la UTT.

También resultan indisociables del análisis algunos aspectos relacionados con la producción: la implementación de los principios de la agroecología permite a los pequeños horticultores de la UTT disminuir los costos de producción dado que los insumos tradicionales o convencionales se encuentran dolarizados y, en un contexto general de crisis económica y devaluaciones, dichos insumos están fuera del alcance de estos pequeños productores familiares. Esta veta resulta de importancia vital, junto con las mejoras en la calidad de la producción misma desde el punto de vista medioambiental, de la salud, etc.

Las profundas transformaciones que ha significado la implementación de políticas neoliberales en nuestro país, y tal como lo enfatizamos en un inicio, significan una “materialidad adversa para los trabajadores” con repercusiones enormes en la vida fuera del trabajo, en la esfera de reproducción societal. Tanto el proyecto de la UTT como el de AlmaCoop problematizan, desde los principios de la ES/EP, si más que una vida sin sentido lo que surge en realidad es un intento por dotarla de diversos sentidos, donde nuevamente distintas esferas de la “vida privada” se entrecruzan con las de la “vida pública”. Desde la UTT y más aún cuando sus miembros plantean la necesidad de “construir una nueva ruralidad” se evidencian los enormes esfuerzos por dar respuestas sólidas y sostenibles en tiempo frente al “ascenso de las incertidumbres” presente en nuestro actual contexto, relaciones de trabajo y relaciones de comercialización basadas en principios de solidaridad, reciprocidad y asociatividad que no sólo recomponen el lazo social sino que también tienden a cerrar el hiato entre producción y reproducción de la vida.

Por otro lado, y tal como lo señalan desde AlmaCoop, los mercados capitalistas, muy lejos de ser neutrales, son instrumentos económicos que acentúan las desigualdades ya que confluyen empresas con muy diferente capacidad económica y financiera. Frente al enorme poder de las cadenas supermercadistas, desde esta cooperativa de consumo se hace especial énfasis en la necesidad de continuar ampliando proyectos de “consumo solidario”, cuyos objetivos no apuntan a la maximización de las ganancias en el proceso de intermediación,

sino a la creación de trabajo y la posibilidad de intercambio en condiciones más justas y responsables. De esta manera, evitar la intermediación tradicional deviene, por un lado en la mejora de los ingresos de los productores en los mecanismos de intermediación, y por otro lado, en el consumo responsable de aquellos consumidores que apuestan a este tipo de redes o almacenes solidarios.

Finalmente, retomamos la premisa de ambas organizaciones, acerca de que el consumo no es sólo un acto individual, sino que es un acto político, en el cual deben prevalecer las decisiones, intereses e intenciones tanto de los productores como así también de los consumidores. Por lo tanto, es desde esta perspectiva desde la cual es necesario comprender y llevar a cabo las acciones ineludibles con la finalidad de conformar ese “otro consumo” capaz de producir “otra economía”.

## **5. Bibliografía**

- Antunes, Ricardo (2005). *Los sentidos del trabajo. Ensayo sobre la afirmación y la negación del trabajo*. Buenos Aires: TEL (Taller de Estudios Laborales) y Herramienta Ediciones.
- Caballero, Luis, Sergio Dumrauf, Edgardo González, Florencia Mainella, Mariana Moricz (2010). “Los procesos organizativos de la agricultura familiar y la creación de ferias y mercados de economía social”. *Otra Economía*, n°7, Vol. IV, 26-41.
- Coraggio, José Luis (2007). *Economía social, acción pública y política*. Buenos Aires: CICCUS.
- Caracciolo, Mercedes (2013). Los mercados y la construcción de tramas de valor en la Economía Social y Solidaria. En: Documento de la Cátedra Economía Social y Solidaria. Enfoques Contemporáneos. IDAES. UNSAM. Buenos Aires.
- Castel, Robert (2010). *El ascenso de las incertidumbres: trabajo, protecciones, estatuto del individuo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Coscione, Marco (2008). *El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina*. Madrid: Los Libros de la Catarata.

- Cotera Fretell, Alfonso y Ortiz, Humberto (2005). “Comercio Justo”. En *La Otra Economía*. Buenos Aires: Editorial Altamira.
- Galaz C. y Prieto, R. (2006) *Economía solidaria. De la obsesión por el lucro a la redistribución con equidad*. Barcelona: Icaria.
- Gorz, André (1998). *Miseria del presente, riqueza de lo posible*. Buenos Aires: Paidós.
- Guerra, Pablo (2010). “La economía solidaria en Latinoamérica”. En: *Revista Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*. Madrid, N° 110.
- Heinisch, Claire, Pierre Gasselin y Guy Durand (2014). “Circuits alimentaires de proximité dans les Andes. Vers une reconnaissance de l’agriculture familiale et paysanne”. En *Économie rurale*, N° 34. 71-86.
- Mance, Euclides André (2009). Comercio Solidario y Redes de colaboración solidaria. En: *Diccionario de la Otra Economía*. Buenos Aires: Editorial Altamira.
- Merklen, Denis (2005a). “Vivir en los márgenes: la lógica del cazador. Notas sobres sociabilidad y cultura en los asentamientos del Gran Buenos Aires hacia fines de los 90”, en Svampa Maristella (comp) *Desde abajo. La transformación de las identidades sociales*. Biblos – UNGS, Los Polvorines
- Merklen, Denis (2005b). *Pobres ciudadanos: las clases en la era democrática 1983 2003*. Buenos Aires: Gorla.
- Milano, Elías (1997) “Del fordismo a la flexibilidad laboral: Supuestos, crisis y realidades de la regulación social”. En *Economía Y Ciencias Sociales*, N° 2. Universidad Central de Venezuela.
- Pastore, Rodolfo (2010). “Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en la Argentina”. En: *Revista de Ciencia Sociales*. Segunda época. Año 2, N° 18. Universidad Nacional de Quilmes. 47-74.
- Polanyi, Karl (2003). *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. México: FCE.
- Razeto Migliaro, Luis (2015). *Tópicos de Economía Comprensiva*. Santiago de Chile: Ediciones Universitas Nueva Civilización.
- Ruggeri, Andrés (2012). *Autogestión y Economía Solidaria*. Bilbao: REAS, Red de Economía Alternativa y Solidaria de Euskadi.