

**Del anonimato a la empatía. Configuraciones significativas que circulan en los
mercados solidarios de la Ciudad de Buenos Aires.**

Tesis para obtener el título de Maestría en Metodología de la Investigación Social

Tesista: Lic. Valeria del Carmen Laborda

Directora: Dra. Daniela Griselda López

Buenos Aires

2020

Resumen

En los últimos veinte años la Ciudad de Buenos Aires se convirtió en el escenario predilecto para visibilizar las diferentes expresiones que pueden asumir las economías alternativas, poniendo en el centro de la escena la problematización de lo cotidiano: la producción, comercialización y consumo de los bienes esenciales. A partir de allí la producción académica en torno a este fenómeno se especializó en un abordaje descriptivo respecto de sus dimensiones organizativas, dejando de lado la profundización en los estudios culturales y una vacancia en la pregunta por las configuraciones significativas.

Partiendo de esta inquietud nos propusimos estudiar la estructura social de los mercados solidarios y sus procesos de valuación. Preguntas como ¿Quiénes son las personas que interactúan? ¿Qué buscan, en términos de fines y metas, en los mercados solidarios que no pueden encontrar en un mercado tradicional? ¿Cuáles son los significados culturales que subyacen a la construcción de un precio en un campo donde la finalidad no es el lucro? nos ayudaron a guiar esta investigación. Nuestra hipótesis es que existen tipos ideales de productores, intermediarios y consumidores, cuyas motivaciones son específicas del campo de la solidaridad y se orientan a la búsqueda del bien común y la construcción de lazos de cercanía. Como consecuencia, sostenemos que estas motivaciones propician una construcción alternativa de los procesos de valuación y de la experiencia intersubjetiva, y que justamente en los mercados solidarios es donde se hacen palpables estas cuestiones.

Haciendo foco en el punto de vista subjetivo mediante un abordaje fenomenológico y una metodología cualitativa, el presente trabajo nos permitió poner en evidencia que el estado de la cuestión no da cuenta de modo completo de la distinción de los sujetos y la caracterización de sus roles. Hallamos que estos a su vez están atravesados por dichos marcos teóricos generando una tensión que adquiere matices específicos en su configuración empírica.

A la luz de estas observaciones, y luego de indagar en dicha estructura social, demostramos que la articulación de los roles en el mercado solidario orienta los

esquemas interpretativos y alumbra la emergencia del rol intermediario como una figura central para comprender los procesos de valuación. De esta manera, evidenciamos que la reivindicación permanente del Otro gracias a la circulación de la información provista por el rol intermediario permite un pasaje del anonimato a la empatía, transformando la experiencia individual de los sujetos en vivencias compartidas.

Índice

Prólogo	6
Agradecimientos	9
Introducción	11
Capítulo 1	21
Diseño metodológico	21
1. Decisiones previas	21
1.1. El enfoque cualitativo como decisión natural	21
1.2. El diseño flexible y las decisiones de mínima: selección, recolección y análisis	23
2. Tratamiento de la información	34
2.1. La fenomenología como abordaje coherente para la ESC- Solidaria	34
2.2. La reflexión epistemológica como fundamento de las decisiones metodológicas	37
3. Apuntes del trabajo de campo	38
3.1. Contexto de inmersión y vinculación con los actores	38
3.2. Auto-observación del trabajo empírico: de lo general a lo particular	40
Capítulo 2	44
El mercado de la ESC- Solidaria y los alcances de la reciprocidad	44
1. Definiciones institucionalizadas y aspectos generales del sector cooperativo en Argentina	44
1.1. Tipos de experiencias institucionalizadas que conforman el campo de la ESC- Solidaria	48
1.2. La ESC- Solidaria como espacio de tensión entre Estado y Mercado	50
2. Derivas teóricas	54
2.1 La reciprocidad como fundamento del vínculo intersubjetivo	54
2.2. El lugar de ColSol en la cadena solidaria	61
3. El mercado solidario como construcción social	69
3.1. El Mercado de Economía Solidaria Bonpland	71
3.2. El retorno a la idea de comunidad	74
Capítulo 3	79
Los resortes de la empatía en el mercado solidario	79
1. Acerca de los roles sociales	79

1.1. Consumidores: ¿Por qué hacemos lo que hacemos?	81
1.2. Productores: una organización que cambió sus vidas	85
1.3. Intermediarios: la ética de la responsabilidad por la vida en común	88
2. Interpretaciones y relevancias en torno al rol intermediario	93
2.1. Las interpretaciones acerca del horizonte político	98
2.2. “Hacer justicia por compra propia” como horizonte de acción	101
2.3. El Otro en la cotidianeidad de la ESC- Solidaria	106
Capítulo 4	111
Los procesos de valuación en un mercado diferente	111
1. Otra racionalidad, otros valores	111
1.1. Algunas reflexiones sobre la idea de racionalidad	112
1.2. Acciones colectivas y valuaciones no monetarias	114
2. La intermediación solidaria como vía de acceso a la construcción de valor	118
2.1. La dimensión moral y política de un consumo solidario	119
2.2. Distribución social del conocimiento y valuaciones monetarias	121
3. La construcción del precio como trinchera	130
3.1. Reflexiones acerca de la performatividad de la ciencia económica	130
3.2. La resistencia como motor de transformación	132
Conclusiones	136
Bibliografía	145
Índice de tablas y gráficos	
Tabla 1.1. Operacionalización del problema de investigación	25
Tabla 1.2. Registro de relevamiento documental	27
Tabla 1.3. Registro de entrevistas	29
Tabla 1.4. Registro de observaciones	32
Tabla 2.1. Modelo de análisis	35
Figura 2. Distribución de cooperativas según actividad	45
Figura 3. Significados subjetivos del endogrupo	95
Figura 4.1. Sistema de construcción de precios actual	123
Figura 4.2. Sistema de construcción de precios inicial	125
Figura 4.3. Comunicación difundida por Colectivo Solidario en agosto de 2017	128

Prólogo

Comenzar a escribir sobre algo que nos envuelve día a día es un buen ejercicio para reflexionar si seguimos parados en el lugar indicado o bien si la cosa se ha movido tanto que aún no nos dimos cuenta y estamos repitiendo, bajo el efecto de la inercia, un verso anticuado e inaplicable.

Trabajar para la construcción de la Economía Social, Comunitaria y Solidaria, con la vorágine que esto implica, rodearnos de compañeras y compañeros que están en la misma situación, atender siempre lo urgente y, cuando se puede, lo importante, es un ritmo que sistemáticamente nos aleja de la reflexión epistemológica que estamos llamados a ejercer.

De modo que asumir el desafío de una investigación “en casa” no solo es gratificante, sino que nos compromete en mayor medida, y es así como suponemos debería ser la cabeza y el corazón de una persona que decide investigar. Especialmente, en tiempos en los que la tarea de investigadores e investigadoras se encuentra en boca de la opinión pública y es material de operaciones de los medios masivos de comunicación.

Este trabajo se inscribe en mi primera investigación sobre las configuraciones significativas que circulan en los mercados solidarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para la cual decidí realizar un abordaje desde la fenomenología social demostrando que, metodológicamente, también podemos encontrar caminos que sean consistentes con la realidad que se nos presenta, tal cual la relatan sus propios protagonistas.

En este sentido, atender a la importancia de la Metodología de la investigación en el campo de la Economía Social, Comunitaria y Solidaria, representó muchas veces posicionarnos en un frente de disputa a la concentración del conocimiento y a la banalización de las nuevas formas asociativas en emergencia (Hintze, 2004). Significó también esforzarnos para dar mayor solidez a un corpus contradictoriamente atomizado y disperso, y también animarnos a conocer herramientas de otras disciplinas para ponerlas en diálogo con nuestros saberes previos.

Recordemos que uno de los mayores referentes en Metodología de la investigación, Juan Ignacio Piovani, señaló en 2011 que la institucionalización de esta disciplina pone en evidencia tanto la falta de guías de acción para llevar a cabo investigaciones empíricas como las dificultades vinculadas con la formación de investigadores e investigadoras a la hora de transmitir el complejo conjunto de competencias.

De acuerdo con ello ¿Cómo sería posible para la Economía Social Comunitaria y Solidaria alcanzar una mayor autonomía apoyándose en la Metodología de la investigación? Aún reconociendo el dinamismo del campo y las prioridades arriba citadas (vale decir, lo urgente) huelga reflexionar sobre cómo “le seguimos el juego al capitalismo” desde nuestras propias instancias de producción académica.

Luego de realizar este trabajo, entendí que debemos comprometernos políticamente en la mirada que tenemos acerca de nuestros semejantes y de la forma de producir, compartir y divulgar el conocimiento que parte de sus propias experiencias. Hoy en día tenemos la certeza de que la Economía Social Comunitaria y Solidaria alberga valiosísimos profesionales que, literalmente, soportan con el cuerpo este proyecto plural.

Entonces, a sabiendas del formidable equipo que tenemos y luego de haber reflexionado sobre el potencial estratégico que significan las herramientas de las ciencias sociales, entendemos que es hora de mostrar a nuestros pares el camino

recorrido. Ya que estudiar Metodología de la Investigación Social implica algo más que una simple inquietud formativa, significa una forma de ver al mundo y de encarar su conocimiento, de comprometernos con el conocimiento científico y de procurar mejoras, compartiendo y divulgando nuestras experiencias, dejando de lado los egos, animándonos al error, ya que es la verdadera clave del aprendizaje.

Agradecimientos

Agradezco el apoyo de todas las personas que hicieron posible la presentación de esta tesis. En primer lugar, a la cooperativa Colectivo Solidario por abrirme sus puertas incondicionalmente y alentarme en este proyecto que ha durado años. Hoy podría decir que cada uno de ellos se ha convertido en un compañero o una compañera, con quienes llegamos a trabar un lazo de confianza y solidaridad que recordaré como una de las experiencias más gratificantes de esta trayectoria. En el mismo sentido, quisiera destacar el apoyo del Centro de Estudios de la Economía Social de la UNTREF por hacer posible mi inserción en su campo de estudio de manera profesional, donde efectivamente pude comenzar mi carrera. A mis colegas, por su orientación y atenta lectura que ha sido edificante para este trabajo. Del mismo modo, deseo expresar mi agradecimiento a las demás personas del sector cooperativo por su colaboración e interés en mi trabajo, tanto a los integrantes de organizaciones como a colegas que han aportado puntos de discusión y mejora para este abordaje. A mis profesores y profesoras de la Maestría por sus ideas y recomendaciones, y al equipo técnico y autoridades que apoya a los y las estudiantes en este camino que muchas veces se nos hace cuesta arriba. Fundamentalmente, y con total franqueza, agradezco a mi Directora, Daniela Griselda López, por introducirme al campo de la fenomenología, por invitarme generosamente a sus equipos de investigación a sabiendas de mi falta de experiencia y, sobre todo, por su acompañamiento y compromiso durante el proceso de redacción de esta tesis. Su lectura rigurosa, sugerencias y correcciones, que respetaron la identidad y el espíritu de este trabajo, así como su trato cordial, paciente y humano hicieron posible que lograra culminar este texto a pesar de la coyuntura crítica que nos atraviesa. Finalmente, deseo agradecer a mi compañero, mi familia y mis amigos, quienes sostuvieron con paciencia y amor las diferentes etapas de este proceso, transmitiéndome su confianza y postergando, muchas

veces, momentos de encuentro en pos de la culminación de este camino. A todos ellos, mi más sincero agradecimiento.

Introducción

La delimitación conceptual de la Economía Social, Comunitaria y Solidaria (en adelante, ESC- Solidaria) es un problema que ya se encuentra resuelto desde hace algunos años, tras marcar un perímetro que la configura como un espacio plural de utilidad social, situado entre el sector público y el sector capitalista (Monzón Campos, 2016). Sin embargo, podríamos considerar que la construcción de sentido común acerca de este campo, tanto en la Argentina como en el resto de América Latina, es uno de los procesos de disputa de significados y transformación social más desafiantes de las últimas décadas.

Tal es así, que la ESC- Solidaria fue denominada por mucho tiempo “Otra Economía” debido a una marcada dificultad para definirla en cualquier ámbito de la vida de las personas, generada por el efecto invisibilizador del pensamiento hegemónico, más que por su complejidad intrínseca.

Este carácter de “otredad”, si bien ideológica y simbólicamente pudo ser capitalizado de manera favorable por las configuraciones significativas que circulaban en el imaginario popular de las organizaciones de base y autonomistas a partir del famoso “Otro mundo es posible porque Otra economía es posible” (Mora Jiménez, 2013)¹, tuvo también otras implicancias.

¹ En el campo de la ESC-Solidaria la referencia a la posibilidad de “otro mundo” es recurrente. Discursivamente es apropiada tanto para revalorizar la consigna zapatista de “Un mundo donde quepan muchos mundos” como para rescatar la consigna del Foro Social Mundial de “Otro mundo es posible”. Este Otro mundo alude a un espacio de permanente búsqueda y construcción de alternativas que debiera resurgir a partir de la inversión del actual mundo globalizado, capitalista e hiperconsumista, que ha causado desastres naturales y sociales. Para más información sobre la consigna que aquí citamos, sugerimos revisar el artículo de Henri Mora Jiménez, detallado en la bibliografía, o bien la publicación web “Otro mundo es posible, otra economía es posible” de Franz Hinkelammert y Henry Mora Jiménez para el Grupo de Pensamiento Crítico disponible en el siguiente enlace:

<https://www.pensamientocritico.info/index.php/articulos-1/goticas-de-economia-critica/otro-mundo-es-posible-otra-economia-es-posible>

La “otredad” se tradujo también de manera negativa como cierta inferioridad frente a la Economía con mayúsculas, en tanto Pensamiento Económico Neoliberal (Harvey, 2015) que se erigió como el sentido de carácter hegemónico en las Casas de Estudio y, por ende, la vara de medición y explicación de cualquier proceso social que fue transmitida a las y los educadores y formadores de opinión (Kicillof, 2010).

Por lo tanto, la reconstrucción del sentido común acerca de la ESC- Solidaria, nos desafía a dar el gran salto de poner en palabras qué significa ser y hacer Otra Economía. Y para realizar esta operación nos proponemos en este trabajo reconstruir la estructura social de estos “otros mercados” que, como mostraremos, están conformados por productores, intermediarios y consumidores. De manera más precisa, resulta necesario correr el velo que oculta la centralidad del rol intermediario, en tanto articulador de los otros roles, difusor de conocimientos, generador de valor y de identidades colectivas. En pocas palabras, develar el poder de organización de mercado de un rol que hasta ahora fue poco estudiado, a pesar de que en el campo empírico se constituya como el eslabón más importante para la concreción de este proyecto económico alternativo.

En dicho sentido, si nos enfocamos dentro del campo de la ESC- Solidaria, específicamente en los estudios sobre el proceso de comercialización y consumo del Área Metropolitana de Buenos Aires, veremos que, desde el contexto del año 2001 hasta ahora, se han caracterizado por presentar una mirada descriptiva y focalizada en casos únicos, entre los cuales se recorta el objeto de estudio según el tipo de experiencias.

Encontramos por ejemplo importantes trabajos sobre experiencias asociativas como ferias (Baracat y Aspis, 2008), trueque (Abramovich y Vazquez, 2003; Coraggio, 1998; González Bombal, 2002; Luzzi, 2006; Primavera, 2002), redes (García Guerreiro, 2010) y trabajos más recientes como los relativos a la articulación de ferias y agricultura familiar (Caracciolo Basco, 2013; Caballero et.al 2011).

Todos estos trabajos mayormente son sistematizaciones de experiencias o estudios de casos que los describen como acciones colectivas y estrategias populares contrahegemónicas que, surgidas al calor de la lucha por diversas reivindicaciones sociales en un contexto de crisis social, económica y política, lograron diferenciarse como iniciativas autogestivas de producción y comercialización, cada una con su propio ciclo de vida y sus respectivas potencialidades.

Sin embargo, de su lectura se desprende que la mayor parte de la producción especializada se ocupó de poner el foco en las problemáticas económicas de la comercialización y no tanto en el consumo como vector político (Bauni *et al.*, 2015). Es decir, en los avances del campo de la comercialización solidaria tuvo protagonismo el estudio de las dimensiones organizativas, de la problemática de la sostenibilidad y, con mayor hincapié en los últimos años, la cuestión del desacople. Siendo este último la clave para demostrar nuestra posición respecto de la orientación de dichos estudios.

La problemática del desacople fue instalada en nuestro país por el Centro de Estudios Económicos Sociales Scalabrini Ortiz (CESO) para señalar la brecha que existe entre los actores de la ESC- Solidaria (Contreras *et al.*, 2014). Es decir, para mostrar que la mayoría de las veces los alimentos producidos por sectores populares no llegan a las mesas de los consumidores del mismo sector porque estos compran en empresas de capital concentrado.

Podemos intuir, desde esta perspectiva, que las causas del desacople pueden ser tanto monetarias como culturales, pero nuevamente la literatura especializada se inclinó por el estudio de las primeras para analizar cuestiones relativas a la articulación territorial y la coordinación de actores económicos, dejando en segundo plano la interpelación política al conjunto de la ciudadanía. De esta manera, como mencionamos en el prólogo, lo urgente se superpone a lo importante, y deja una vacancia en la profundización de los estudios culturales en el campo de la comercialización solidaria.

Es decir que hasta el momento las investigaciones pusieron el foco en dimensiones operativas pero no en relevar la estructura social de los mercados de la ESC-Solidaria, en términos de roles, actores y configuraciones de significado. Si bien esa estructura social se insinúa en los estudios del desacople, se hace de modo incompleto y emerge la necesidad de estudiar esta estructura social conformada por productores, intermediarios y consumidores, que construyen un entramado cultural en torno a ciertos significados que les son propios.

En el plano internacional, por su parte, la importancia del rol intermediario ya está siendo revisitada con el objetivo de analizar su función social, más allá de lo que la economía clásica había establecido como un rol específico acotado a las acciones de compra y reventa. Autores como Christian Bessy y Pierre-Marie Chauvin (2013) establecen que los intermediarios “no son sólo plataformas para poner en contacto a socios económicos, sino también entidades activas involucradas en la construcción de mercados y la dinámica de valuación que los impulsa”. Una dinámica que combina los procesos de evaluación (producción de juicios) y valorización (agregación de valor), y hacen algo más que un bien sea calculable, lo dotan de sentido y organizan el mundo de la vida.

Consideramos entonces que hacer visibles estas cuestiones, desde un abordaje fenomenológico social, nos permitirá poner en diálogo el problema de la creación de valor con las preferencias individuales y las búsquedas colectivas, a partir del punto de vista intersubjetivo. Así podremos fortalecer el cuerpo teórico que legitima la ESC- Solidaria como institución del sistema económico y realizar un aporte acerca de cómo mirar sus prácticas y los matices que genera la convivencia de este sector, donde el lucro no es una finalidad, con otras lógicas económicas, sean estas mercantiles o redistributivas.

Recordemos, en este último sentido, que la finalidad o ánimo de lucro se define como el objetivo expreso y confeso de obtener una ganancia. La lógica del lucro, propia de la “Economía con mayúsculas”, se sustenta en la búsqueda de obtención

del máximo beneficio al menor costo posible y se ha establecido como “única receta” para el éxito económico, tanto en lo operativo como en lo cultural. Como veremos en este trabajo, dicha característica está ausente en todos los emprendimientos de la ESC- Solidaria, a pesar de que operan en un sistema económico capitalista.

La ausencia de finalidad de lucro se presenta entonces como parte de este “enquadre cultural” que es propio de la ESC- Solidaria, como un “marco general de tipificaciones y relevancias aceptadas sin discusión” (Schutz, 1964:236) que experimentan los sujetos como institucionalizaciones que deben ser interiorizadas. Así, pese a los significados que circulan habitualmente en otros ambientes socioculturales, esta ausencia del ánimo de lucro no está asociada a la pérdida de valor, la marginalidad o al abandono de la búsqueda de eficiencia económica y mejora del rendimiento. Simplemente no se explota la fuerza de trabajo subordinándola al capital, sino que es retribuida y distribuida de manera equitativa ponderando a las personas por sobre el capital.

En este punto, y considerando la importancia del rol intermediario, es que surge la inquietud sobre cómo abordar este entramado cultural respecto de la creación de valor en el proceso de intermediación solidaria, en un marco que sea acorde con la conceptualización de la ESC- Solidaria.

En suma, pensamos en dos unidades de análisis de las cuales se desprenden los principales interrogantes de esta investigación: los actores sociales y el valor monetario.

En primer lugar, si hablamos de un sistema donde la centralidad está ocupada por las personas (Bragulat, 2005) y la reproducción ampliada de la vida (Coraggio, 2007), nos parece necesario plantear nuestro acercamiento preguntándonos ¿Quiénes son las personas que interactúan? Y ¿Qué buscan, en términos de fines y metas, en los mercados solidarios que no pueden encontrar en un mercado tradicional?

En segunda instancia, si pensamos en el valor monetario, en los precios, como objetos económicos que, en este ámbito, detentan una construcción que excede las teorías clásicas de la economía y nos advierten sobre la intervención de otras variables (Sosa, 2019) no podemos evitar preguntarnos ¿Cuáles son los significados culturales que subyacen a la construcción de un precio en un campo donde la finalidad no es el lucro?

Planteamos este problema porque el campo de la nueva sociología económica, en general, y de la sociología de los precios, en particular, se encuentra en un período de revalorización, enfocada hacia los actores, sus prácticas y sus instituciones, a partir de las herramientas teórico-metodológicas propias de esta disciplina, disputándole a las ciencias económicas la centralidad de los relatos (Lorenc Valcarce, 2012; López, 2018). También se está dando un recorrido similar en los estudios sobre los procesos de valuación, enfocados hacia las indagaciones sobre la dotación de significados para el ordenamiento del mundo (Kjellberg y Mallard, 2013; Muniesa y Helgesson, 2013). De la misma manera que también se están revisando los debates locales acerca de la preponderancia del rol de los consumidores frente al de los productores (Luzzi y Del Cueto, 2016) como así también su incidencia en el ámbito de la ESC- Solidaria (Fernández Miranda, 2017; Miño, 2014).

Consideramos que entrecruzar estos campos de investigación, a partir de un abordaje fenomenológico, significará un nuevo aporte para estos sectores, aplicando las herramientas del primero a los casos del segundo; un enlace poco habitual entre los estudios que aquí hemos reseñado. Por otro lado, la temática de los precios en nuestro país siempre reviste cierta relevancia y buscamos que el tratamiento social de un objeto económico cuestione también la mirada neoclásica y unidimensional que generalmente se tiene de ello.

A los fines de responder estos interrogantes, nos proponemos incorporar el abordaje fenomenológico para dar cuenta de las motivaciones y los significados culturales de los sujetos que interactúan en los mercados solidarios de la Ciudad

Autónoma de Buenos Aires y luego intentaremos abordar la dimensión intersubjetiva de la formación del precio como objeto económico en dichos mercados.

Para alcanzar dicho objetivo, buscaremos comprender las características, elementos y mecanismos de estos espacios; describir las estructuras de significado que se construyen en torno a los mercados solidarios; identificar las variables económicas, sociales y culturales que dan forma al establecimiento y percepción de los precios y comparar las distintas interpretaciones que coexisten tanto de los precios como de sus movimientos entre los distintos tipos de actores que allí circulan.

Partiendo de lo anterior y para avanzar en nuestra investigación a través de la comprensión de un caso, sostendremos en primer lugar, que existen tipos ideales de productores, intermediarios y consumidores, cuyas motivaciones son exclusivas del campo de la ESC- Solidaria y se orientan a la búsqueda del bien común y la construcción de lazos de cercanía, que sean equitativos y de confianza. En segunda instancia, sostendremos también que la construcción del valor, monetario y no monetario, se basa en determinados esquemas interpretativos que responden tanto a dichas motivaciones como a la situación cultural e histórica que comparten los sujetos en una relación empática que se desarrolla en el mundo de la vida cotidiana común a ellos.

En función de esto, para comprender y dar cuenta de esos tipos ideales, de sus motivaciones y de sus esquemas interpretativos haciendo énfasis en el valor monetario, describiremos los rasgos de los espacios en los que tienen lugar estas interacciones sociales; los sujetos, roles, motivaciones y fines; y los mundos comunes que se crean en dicho fluir compartido; a tenor de la estructura que se detalla a continuación.

En el primer capítulo describiremos la estrategia metodológica que diseñamos para abordar este problema, desde una perspectiva que sea coherente con el campo de estudio y nos permita comprender la mirada de las personas, aprovechando la

diversidad de técnicas y enfoques que la tradición en investigación social nos provee. Tomaremos a la fenomenología como el abordaje más adecuado para el estudio de la ESC- Solidaria, por sus características particulares que nos permiten poner en el centro a las personas como verdaderas protagonistas de sus universos de significados y a partir de allí, dar cuenta de los procesos de construcción de sentido común.

Demostraremos que la viabilidad de una investigación empírica a partir de la configuración de una matriz de análisis con base en los tópicos de la perspectiva fenomenológica, habilita la discusión acerca de la forma en que nos acercamos a los fenómenos para su estudio y la importancia que le asignamos a las perspectivas de los sujetos en sus propias interpretaciones del mundo. De la lectura de esta aproximación al campo, se pondrá en evidencia que buscamos respetar las categorías emergentes de sus discursos, especialmente porque estos conciben a la intermediación solidaria como una lucha política y una clave para la transformación sistémica de la economía, ambos hitos en la agenda de la ESC- Solidaria.

En el segundo capítulo planteamos la problemática de la tensión permanente que existe entre la ESC- Solidaria, el Estado y el Mercado. Por un lado, de manera teórica, revisaremos esta construcción académica que existe sobre la ESC- Solidaria como un sector de la economía que teje relaciones de conflicto con el capitalismo, de dependencia con el Estado y de colaboración entre las organizaciones que la conforman. Que puede conceptualizarse a partir de la sistematización de experiencias, según distintos criterios (históricos, económicos o motivacionales) y que, en definitiva, alberga comportamientos más o menos típicos basados en la horizontalidad.

Sin embargo, veremos que este marco teórico demuestra no ser igualmente de robusto en el análisis pormenorizado con base empírica de tales cuestiones, especialmente en la distinción de esa gran masa de sujetos solidarios y la caracterización de los roles que asumen en las cadenas productivas, sobre todo en el caso del tipo intermediario que es el que aquí estudiaremos. A partir de allí

demostraremos que hay una vacancia en la caracterización de la estructura social de los mercados solidarios y que muchas de las definiciones institucionalizadas y el conocimiento de sentido común de los propios actores están permeadas por ese discurso, aunque su correspondencia no es lineal y asume ciertos matices específicos en el estudio de nuestro caso. A partir de esa observación, visitaremos un mercado solidario para estudiar cómo se expresan esas tensiones. Nuestro primer hallazgo será la preeminencia de un marcado sentido de oposición al sistema de comercialización dominante, presente en las motivaciones y prácticas de los sujetos. De la manifestación constante de esta tensión, mostraremos que emanan dos categorías de estudio que se desarrollarán en los siguientes capítulos: los binomios reciprocidad- utilitarismo y empatía-anonimato.

En el tercer capítulo, luego de analizar cómo se presenta en la praxis la tensión del binomio reciprocidad-utilitarismo, indagamos en los roles de la cadena productiva acerca de cómo dialogan las relevancias impuestas con las relevancias intrínsecas, para identificar si esta tensión se mantiene. Encontramos que la tensión de este binomio se expresa mayormente en términos ético-políticos en los roles productor, intermediario y consumidor.

En este sentido, demostraremos que la manifestación práctica de lo que muchos autores denominan genéricamente como “reciprocidad” se da a partir de la intercambiabilidad de puntos de vista y de la visualización y comprensión del Otro, lo que aquí llamaremos empatía. Esto nos habilitará a discutir el alto grado de abstracción del concepto reciprocidad y a poner evidencia que es la empatía la práctica característica de los actores de la ESC- Solidaria, en oposición al anonimato que se presenta como práctica dominante. Esto lo sostendremos a partir de las interpretaciones subjetivas y objetivas en el tipo intermediario porque es el actor que mejor visualiza este pasaje en la intersubjetividad, destacando su centralidad en el proceso.

En el cuarto capítulo, estudiamos cómo los paradigmas de la abundancia y de la escasez configuran distintas racionalidades en las personas que se encuentran en

situación de mercado. A partir de ello, completamos el perfil de los roles enunciados para terminar de comprender la concreción en la práctica de estos tipos a través de los procesos de valuación.

Demostraremos que, en las racionalidades alternativas propias de la Otra economía, los procesos de valuación ayudan a ordenar el mundo conforme otro tipo de información que es distribuida gracias al rol intermediario. Esto lo sostendremos a partir del relevamiento de los modos de comunicar la trazabilidad de los precios de los productos solidarios y de las relevancias intrínsecas que emergen en el discurso de los sujetos cuando son interpelados por la justicia en términos comerciales. Veremos entonces que el fundamento de todas estas acciones podría residir en un horizonte de alteración de lo histórico mundano, que resulte de la suma de las acciones colectivas.

Finalmente, en las conclusiones presentaremos los principales aportes de este trabajo, reseñando los desafíos e insumos para futuras investigaciones y pondremos en consideración los aportes metodológicos de nuestro abordaje y los aspectos de mejora. En este sentido, sostendremos que, a diferencia de los estudios realizados hasta el momento, el abordaje fenomenológico es la perspectiva más coherente para estudiar los fenómenos de la ESC- Solidaria y que la decisión de analizar dichos fenómenos a la luz de los roles sociales, permite revalorizar el papel político de los intermediarios y traer a la escena los estudios culturales para avanzar en la construcción de sentido común en la misma clave.

Capítulo 1

Diseño metodológico

1. Decisiones previas

1.1. El enfoque cualitativo como decisión natural

Hemos dicho en la sección introductoria que centraremos nuestro estudio en las preguntas acerca de los actores de los mercados solidarios y sus procesos de valuación con el objeto de responder nuestra pregunta sobre las configuraciones de significados que circulan en esos mercados. Es decir en sujetos que, inmersos en un contexto determinado, dotan de sentido a sus acciones, y en objetos económicos que representan una vía de acceso para comprender la problemática de los procesos de valuación monetaria en un mercado específico. Para abordar estas inquietudes, sistematizadas en preguntas, objetivos e hipótesis, consideramos pertinente emplear el enfoque cualitativo.

Esta decisión, que en principio nos pareció la más natural y coherente para el tipo de estudio que pretendíamos llevar a cabo, se fundamenta en una importante tradición en el campo de la investigación social que determina, más allá de su evolución y diversificación, la voluntad por describir, comprender y explicar los fenómenos sociales (Gobo, 2005). En nuestro caso particular, más específicamente, la complejidad de las interacciones sociales que se expresan en la vida cotidiana y el significado que los actores le atribuyen (Vasilachis de Gialdino, 2006).

En este sentido, entendemos que optar por un enfoque cualitativo nos permite indagar en situaciones naturales (Denzin y Lincoln, 1994) para recolectar materiales empíricos que puedan describir los significados de la vida de los sujetos, tales como narrativas y experiencias personales, entrevistas, textos observacionales y fuentes documentales. Estos materiales, a su vez, tienen la particularidad de que pueden ser recabados a partir de métodos que sean flexibles y sensibles al contexto social en el que se producen (Mason, 2002), una cualidad central a la hora de trabajar con organizaciones de la ESC- Solidaria, ya que se encuentran muy atravesadas por la coyuntura y que, por sus características particulares, son muy sensibles a las variaciones del contexto socioeconómico.

Esta flexibilidad, tanto de los métodos como del enfoque en general, es la medida justa para abordar preguntas como ¿Cómo? y ¿Por qué?, que tanto se requieren en el campo de la ESC- Solidaria para respetar su principio de la centralidad de las personas y, agregamos, las perspectivas sobre sus propios mundos. Esto nos permitirá producir conocimiento sobre sus dinámicas sociales, con rigurosidad, pero sin caer en la constatación de la teoría.

Respecto de esto último, el enfoque cualitativo en nuestro caso obrará como una garantía que nos asegura el descubrimiento de lo nuevo y el desarrollo de un concepto fundamentado empíricamente en lugar de la verificación de la teoría, centrándonos en la práctica real in situ, y observando cómo las personas ven y hacen Otra economía. De esta manera lograremos convertir al caso individual en significativo, privilegiando la profundidad por sobre la extensión y atendiendo a la diversidad de matices que allí se presentan.

Recordemos que Uwe Flick (1998) destaca cuatro rasgos de la investigación cualitativa: la adecuación de los métodos y las teorías, la perspectiva de los participantes y su diversidad, la reflexividad del investigador y de la investigación, la variedad de enfoques y métodos. Por todo ello es que decimos que el enfoque cualitativo se nos presenta como una decisión natural para abordar nuestro

problema en el campo de la ESC- Solidaria, porque se trata, más que de una manera de investigar, de una manera de pensar, ver y conceptualizar.

1.2. El diseño flexible y las decisiones de mínima: selección, recolección y análisis

Si bien una de las características del enfoque cualitativo o no-estándar es la predisposición a los diseños flexibles (Piovani, 2018; Mendizábal, 2006), existe un conjunto mínimo de decisiones a tomar en la planificación previa. En nuestro caso, la delimitación del problema o construcción del objeto, ya ha sido enunciada en la sección introductoria, de modo que explicitaremos las decisiones relativas a la selección, recolección y análisis.

Respecto al proceso de selección y definición de la unidad de análisis, decidimos realizar un estudio de caso único ya que nos motivan las peculiaridades del objeto y sus características paradigmáticas. El caso seleccionado para reflexionar acerca de la problemática planteada es la Cooperativa de Trabajo Proyecto ColSol, también conocida (y autodenominada) como Colectivo Solidario, (en adelante ColSol) un emprendimiento autogestivo que cooperativiza su trabajo de intermediación solidaria entre productores de la ESC- Solidaria y sus consumidores, en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires desde el año 2010.

ColSol es el tipo de sujeto de la ESC- Solidaria que nos interesa (el tipo intermediario solidario), que atravesó un proceso de institucionalización singular ya que nació bajo la estrategia de un grupo de consumo, alcanzó la figura cooperativa para tal fin y se enfrentó a la decisión que le impuso la escala para terminar reconvirtiéndose en una cooperativa de trabajo.

La cooperativa se impone en este ámbito como un caso único (Stake, 1999) ya que por sus características intrínsecas, se presenta como necesaria la profundización de su estudio. Esto se debe no solo a que posee una de las más amplias trayectorias

en este tipo de organizaciones sino porque, además del singular proceso de institucionalización, es una de las referentes de ellas e invierte recursos en investigación, formación, promoción y militancia por un consumo alternativo.

Asimismo, ColSol fue una de las principales promotoras de una propuesta de integración reticular con sus pares y encabeza las instancias de negociación con el Estado, lo cual la legitima aún más frente a sus pares. Este singular recorrido por las diversas estrategias que giran en torno a la comercialización solidaria es lo que hace tan valioso al caso.

Por último, ColSol fue la primera cooperativa que impulsó constantemente una campaña de concientización acerca de la formación de los precios en la ESC-Solidaria, atendiendo la visibilización de los diferentes eslabones de la cadena de comercialización y propiciando encuentros cara a cara con los productores de los bienes que comercializan. Esto nos indica, en términos de Stake (1999), la “máxima rentabilidad” del caso de estudio y la mejor selección posible en función de nuestros objetivos.

Como señala Piovani (2018) cualquier unidad de análisis puede convertirse en “el caso”, sea individual o colectivo, y a partir de esa selección, se concentra toda la atención investigativa orientada a un análisis intensivo para comprenderlo en su especificidad. Para nosotros, el estudio de caso único, en tanto estrategia y no método, nos permitirá analizar las relaciones entre muchas propiedades concentradas en una sola unidad en su escenario natural.

Nuestra investigación, por lo tanto, corresponde a la familia de los estudios descriptivos (Yin, 1993) porque a través del análisis de un caso único, de categoría intrínseco, se orienta a una descripción densa de ColSol para relatar su especificidad, relaciones y particularidades.

Como vemos en la siguiente tabla, para alcanzar nuestros objetivos, en función del objeto y la unidad de análisis establecida, decidimos combinar diferentes técnicas de

recolección para captar y describir la complejidad del fenómeno de estudio y su contexto con la mayor riqueza posible, respetando la mirada de los actores (Neiman y Quaranta, 2006). Estas técnicas son: relevamiento documental, entrevista semiestructurada, entrevista en profundidad y observación participante.

Tabla 1.1.

Operacionalización del problema de investigación

Preguntas	Objetivos	Hipótesis	Datos: tipos y fuentes	Técnicas de recolección
¿Qué buscan las personas que interactúan en los mercados solidarios, que no pueden encontrar en un mercado tradicional?	Incorporar el abordaje fenomenológico para dar cuenta de las motivaciones y los significados culturales de los sujetos que interactúan en los mercados solidarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Existen tipos ideales de productores, intermediarios y consumidores, cuyas motivaciones son intrínsecas del campo de la ESC- Solidaria y orientan la búsqueda del bien común y la construcción de lazos de cercanía, que sean equitativos y de confianza.	<ul style="list-style-type: none"> □ Discursos de los sujetos □ Situaciones en su ambiente natural □ Documentación producida por los sujetos 	<ul style="list-style-type: none"> □ Entrevistas □ Observaciones □ Relevamiento documental
¿Cuáles son los significados culturales que subyacen a la construcción de un precio en un campo donde la finalidad no es el lucro?	Abordar la dimensión intersubjetiva de la formación del precio como objeto económico en los mercados solidarios de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.	La construcción del valor monetario se basa en determinados esquemas interpretativos que responden tanto a dichas motivaciones como a la situación cultural e histórica que comparten los sujetos en una relación empática que se desarrolla en el mundo de la vida cotidiana común a ellos.		

Fuente: elaboración propia

Respecto de la técnica documental, realizamos un relevamiento de todos aquellos documentos en los que la cooperativa no sólo declaraba el origen y horizonte

institucional, sino que también publicaba información que para otros actores puede ser sensible, como es el caso de la estructura de los precios o su contabilidad. Estos documentos corresponden a una serie de textos que se fueron publicando periódicamente en sus inicios para reforzar la identidad del proyecto. También recabamos publicidades, publicaciones en redes sociales, mailings, folletos y otros materiales de difusión. Además, aprovechando nuestra disciplina de origen que es la Comunicación Social, el relevamiento documental se complementó con un registro y sistematización de la aparición del caso ColSol en los medios de comunicación (también conocida como clipping) para captar cómo se presentan los actores a otras personas, qué ideas fuerza y mensajes buscan transmitir y cómo construyen, desde su discurso, a su destinatario.

En nuestro caso el clipping fue utilizado como herramienta de recolección pero no estrictamente como técnica de análisis debido a las limitaciones que presenta al tener su origen en la técnica cuantitativa de análisis de contenido. En este sentido, nos sirvió para detectar, clasificar y cuantificar la colección de artículos de prensa en los que ColSol tuvo una presencia manifiesta como “marca” (Levis et. al, 2010). Sin embargo desestimamos la segunda parte de la técnica, usualmente aplicada para generar indicadores como frecuencia, ubicación, superficie cubierta o tipo de medio ya que estos atributos si bien tienen beneficios analíticos no responden a los objetivos del presente estudio porque no permiten profundizar el análisis respecto del contexto de enunciación.

Decidimos destacar la utilización de la técnica documental porque es una de las principales herramientas de los padres fundadores de la disciplina sociológica. En efecto, la importancia de la utilización del material documental reside principalmente en la no reactividad, la exclusividad y la historicidad (Valles, 1999). Esto nos permitió tomar contacto con materiales producidos en sus contextos naturales de interacción social sin perder la dimensión histórica y cultural de nuestro análisis.

A continuación, presentamos una sistematización del relevamiento documental que realizamos entre noviembre de 2016 y noviembre de 2018.

Tabla 1.2.

Registro de relevamiento documental

Descripción fuente	Tipo	Fecha de recogida	Categorías a relevar
9 documentos institucionales. Son documentos de presentación del endogrupo hacia el público, donde marcan sus horizontes de acción	Texto escrito.	Noviembre 2016	<ul style="list-style-type: none"> □ Dimensión simbólica de la presentación del endogrupo. □ Horizonte de acción. □ Sentidos y significados en torno a la construcción de los precios y el proceso de comercialización y consumo. □ Estrategias de marketing y sentidos que se buscan activar. □ Construcción del tipo de destinatario "consumidor responsable".
Más de 40* Piezas de prensa y comunicación. Son piezas que se elaboran para transmitir mensajes específicos no publicitarios (por ejemplo, anuncios, declaraciones, efemérides, etc.)	Texto escrito, visual y audiovisual.	Entre noviembre de 2016 y noviembre de 2018.	
16 apariciones en medios gráficos. Como entrevistas, reportajes, participaciones, etc.	Texto escrito.		
9 apariciones en medios radiales. Como entrevistas, reportajes, participaciones, etc.	Texto oral.		
6 apariciones en medios audiovisuales. Como entrevistas, reportajes, participaciones, etc.	Texto audiovisual.		
Más de 40* piezas publicitarias. Seguimiento redes sociales, mailing y folletería.	Texto escrito y visual.		

* Decimos "más de 40" porque llegado a ese número se alcanzó la saturación (Glaser y Strauss, 1967). Sin perjuicio de ello, continuamos haciendo un seguimiento de estas piezas pero no encontramos nuevos aportes con respecto al tema de investigación.

Fuente: elaboración propia

En otra línea de acción, realizamos entrevistas semiestructuradas a expertos en la temática y a ex funcionarios de los órganos de contralor, acerca de la actualidad del sector cooperativo y del devenir de otras experiencias similares a las de CoSol. Para acceder a ellos, utilizamos la técnica "bola de nieve"² porque se trataba de personas

² La técnica "bola de nieve" (*snowball*) es una estrategia de relevamiento y selección de informantes clave que permite, a partir de pocos contactos iniciales, ampliar el grupo de potenciales entrevistados gracias a sus propias redes personales (Piovani, op cit 274)

públicas cuyos contactos dependían de sus propias redes personales y profesionales. Estas entrevistas se realizaron en las oficinas de dichas personas.

Utilizamos la misma técnica para relevar la opinión de los consumidores que efectúan sus compras en comercializadoras solidarias, específicamente (aunque no de manera exclusiva) en ColSol. Para seleccionarlos, realizamos un muestreo intencional³ teniendo en cuenta como criterios: su tipicidad como consumidores de ColSol (es decir, “clientes asiduos” y no esporádicos), su participación en las actividades públicas de la cooperativa, la heterogeneidad en la antigüedad de su relación con ColSol, la diversidad en la composición sociodemográfica y su disponibilidad a colaborar con el estudio. Estas entrevistas se realizaron en los puestos que ColSol tiene en el Mercado Solidario de Bonpland y en la Feria del Productor al Consumidor, organizada por la Cátedra Libre de Soberanía Alimentaria de la Facultad de Agronomía de la Universidad Nacional de Buenos Aires.

En estos dos grupos de personas, que realizamos entrevistas semiestructuradas, trabajamos con un guión breve compuesto por ejes de conversación (ver tabla 1.3.), que nos permitió centrar el tema y orientar la conversación hacia objetivos específicos. De esta manera, pudimos aprovechar el moderado nivel de flexibilidad para obtener un significativo número de respuestas y mantener la suficiente uniformidad para alcanzar las interpretaciones acordes con los propósitos de esta investigación (Díaz Bravo *et al.*, 2013).

Por su parte, las entrevistas en profundidad se emplearon con todos los integrantes de la organización para tratar de comprender cuáles son sus motivaciones y expectativas, y en dónde reside esa fuerza o convicción que a priori se observa como elemento subyacente a todo lo que hacen. Aquí no se seleccionó una muestra de los miembros de la organización, sino que entrevistamos a la totalidad de la población y en todos los casos logramos que se produjera un discurso conversacional continuo, bajo cierta línea argumental, en función de los ejes

³ El muestreo intencional es una estrategia de selección que sigue un conjunto de criterios relevantes y permite al entrevistador segmentar la población en subgrupos, de los cuales selecciona a sus entrevistados. A diferencia de los muestreos aleatorios, las personas son elegidas intencionalmente en base a cierta relevancia, su accesibilidad y predisposición (Piovani, op cit 274).

propuestos. Con algunas personas tuvimos más de un encuentro y logramos combinar esta técnica con la observación, donde se generaron instancias prósperas para obtener, de manera flexible, información rica y profunda, en las propias palabras de los actores (Valles, 1999.).

Para este estudio, tal como lo diseñamos, las entrevistas en profundidad representan el mayor insumo para acceder a las interpretaciones de primer orden, es decir a aquella información experimentada e interpretada por el entrevistado como parte de su mundo de la vida (Montesperelli, 1998).

Y mientras que para autores como Alonso (2003) la “hipersubjetividad” puede ser una limitación, en tanto “sesgo” para verificar un relato cuando este es mediado por la memoria y la interpretación personal⁴, para nosotros significó la materia prima con la cual trabajamos ya que no emitimos apreciaciones de verdad-falsedad sino que la tomamos como relatos producidos por un sujeto en un contexto, como aquel conocimiento *socialmente aprobado* que ayuda a las personas a definir su situación en la realidad de la vida cotidiana de una manera típica (Schutz, 1962. Nuestro énfasis). Lo subjetivo, en el sentido fenomenológico, no refiere como dice Alonso a lo particular, lo contingente o lo singular, sino que posee rasgos constantes anclados en el mundo social.

A continuación, presentamos una sistematización de las entrevistas que realizamos entre marzo de 2017 y noviembre de 2018.

Tabla 1.3.

Registro de entrevistas

Persona	Lugar y fecha	Tipo de entrevista	Ejes de conversación
4 Expertos y exfuncionarios	En sus oficinas. Marzo y abril de 2017	Semiestructuradas	□ Interpretación sobre el sector cooperativo y su interacción

⁴ Para este autor, la entrevista “es un lugar en el que se expresa un yo que poco tiene que ver con el yo como realidad objetiva (...), sino un yo *narrativo*, un yo que cuenta historias en las que se incluye un bosquejo del yo como parte de la misma” (2003: 70).

			<p>con la comercialización y el consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Interpretación sobre este tipo de experiencias, historias, falencias y potencialidades. □ Interpretación sobre la integración cooperativa en este tipo de casos. □ Interpretación sobre el impacto de la coyuntura en las cooperativas y en el consumo.
8 Consumidores de ColSol	En el Mercado de Bonpland y en la Feria de Agronomía. Agosto y Septiembre de 2017. Junio y julio de 2018	Semiestructuradas	<ul style="list-style-type: none"> □ Motivaciones del consumo solidario. □ Representación de este tipo de consumo en su volumen global de compras. □ Valoración respecto del precio e interpretación de su configuración. □ Interpretaciones acerca del orden político y del horizonte de acción de ColSol.
7 Productores y asociados a otras cooperativas de comercialización	En el Mercado de Bonpland y en la Feria de Agronomía. Octubre y noviembre de 2018	Semiestructuradas	<ul style="list-style-type: none"> □ Auto percepción de su colectivo e interpretación sobre sus modos de organización. □ Motivaciones del trabajo autogestionado. □ Interpretación sobre la colocación de sus productos en el mercado solidario. □ Representación de este tipo de colocación en su volumen global de ventas y diferenciación de otros clientes. □ Valoración respecto del precio e interpretación de su configuración. □ Interpretaciones acerca del orden político y del horizonte de acción de ColSol.
8 Asociados ColSol	En el Mercado de Bonpland y en la Feria de Agronomía. Entre marzo de 2017 y noviembre de 2018	En profundidad	<ul style="list-style-type: none"> □ Motivaciones del trabajo autogestionado y la organización cooperativa. □ Interpretación sobre la articulación de actores en el mercado solidario. □ Significado del precio e interpretación de su configuración. □ Interpretaciones acerca de la biografía, las situaciones y del origen de la cooperativa. □ Interpretaciones acerca del panorama actual y los

			horizontes de acción.
--	--	--	-----------------------

Fuente: elaboración propia

Asimismo, para complementar las anteriores técnicas, observamos diversas jornadas abiertas de sensibilización que organizó la cooperativa en el mercado y los acompañamos a actividades propias del sector como reuniones sectoriales y exposiciones en congresos, espacios en los que interactuaban con pares, organizaciones afines y otros actores estratégicos para su desarrollo. Tanto en el Mercado Solidario de Bonpland como en la Feria del Productor al Consumidor también realizamos observaciones con el propósito de comprender las dinámicas de interacción entre los diferentes tipos de actores que allí intervienen, prestando especial atención a los modos en que se relacionan, al tiempo que le dedican a estas acciones y a las acciones emergentes que referían a las marcas discursivas destacadas en las entrevistas.

Por lo dicho anteriormente, todas nuestras observaciones fueron del tipo directas, es decir de primera mano, no mediadas, y no controladas, es decir, en su ambiente natural, sin alterar el contexto. Su grado de estructuración fue intermedio y estuvo dado por un esquema de aspectos observables (ver tabla 1.4). Nuestro rol fue participante o activo porque rescatamos de este tipo de aproximación la noción del compartir (Osorio *et al.*, 1999) como la actitud natural que se da en los espacios solidarios y, por lo tanto, la forma de interactuar menos disruptiva y que genera menor reactividad.

En este sentido, nuestro involucramiento en el campo a través de la observación por un período de tiempo prolongado no generó una captación inmediata de lo real, sino más bien una elaboración reflexiva teórico-empírica (Guber, 2013) en toda su complejidad de los roles que allí se desempeñan y las consiguientes interacciones, y la comprensión de los significados que los actores construyen y le asignan a su mundo (Platt, 1983).

A continuación, presentamos una sistematización de las observaciones que realizamos entre julio de 2016 y noviembre de 2018.

Tabla 1.4.

Registro de observaciones

Situación/Evento	Lugar y fecha	Aspectos a observar
6 Visitas a los puestos	Mercado de Bonpland y Feria de Agronomía. Entre marzo de 2017 y noviembre de 2018	<ul style="list-style-type: none"> □ Dinámicas de interacción con consumidores, productores y compañeros de otras cooperativas.
Presentación de la Mesa de Organizaciones de Comercialización y Consumo Solidario	Mercado de Bonpland. Abril de 2018.	<ul style="list-style-type: none"> □ Dinámicas de interacción con compañeros de otras cooperativas. □ Discursos respecto de la integración entre pares en función de la coyuntura
Festejo por los diez años de autogestión (aniversario Mercado de Bonpland)	Mercado de Bonpland. Noviembre de 2017.	<ul style="list-style-type: none"> □ Dinámicas de interacción con consumidores, productores y compañeros de otras cooperativas.
Encuentro trabajo, cooperativismo y género	Mercado de Bonpland. Octubre de 2017.	<ul style="list-style-type: none"> □ Dinámicas de interacción entre consumidores, productores y asociados de la cooperativas. □ Participación de varones, mujeres y diversidades. □ Discursos e interpretaciones respecto de la relación entre la temática y la realidad en las organizaciones.
Encuentro ¿Qué salud, qué medicina, qué economía?	Mercado de Bonpland. Mayo de 2017.	<ul style="list-style-type: none"> □ Dinámicas de interacción entre consumidores, productores y asociados de la cooperativas. □ Discursos e interpretaciones de la relación entre la temática y la realidad en las organizaciones.
Encuentro Consolidando una nueva economía	Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini. Septiembre de 2016.	<ul style="list-style-type: none"> □ Dinámicas de interacción con compañeros de otras cooperativas. □ Discursos respecto de la integración entre pares en

		función de la coyuntura
Encuentro El Estado y las organizaciones en la formación de precios	Mercado de Bonpland. Julio de 2016.	<ul style="list-style-type: none"> □ Dinámicas de interacción entre consumidores, productores, asociados de la cooperativas y ex funcionarios. □ Discursos e interpretaciones sobre la construcción del precio en relación con la propuesta de ColSol.

Fuente: elaboración propia

Finalmente, la última decisión correspondiente a nuestro diseño flexible, reside en las técnicas de análisis para la interpretación de los materiales cualitativos recabados luego de este proceso. Ya que los datos procedían de diversas fuentes y técnicas pero, en definitiva, todos podían tomar la forma de textos orales o escritos, decidimos combinar las técnicas de análisis del discurso y análisis lingüístico.

Estas técnicas engloban una variedad de perspectivas y variantes que tienen en común el propósito de estudiar los textos “más allá de la oración”, es decir analizando el contexto social de producción. Sin embargo, dado que aún no existe una estrategia estandarizada para este tipo de análisis en las ciencias sociales (Piovani, 2018), decidimos emplear la combinación del análisis del discurso y el análisis lingüístico propuesta por Vasilachis de Gialdino en sus estudios más pioneros de la región.

Consideramos que la combinación de estas técnicas nos permitió asumir las perspectivas de los participantes en la interacción y reconocer los significados que ellos otorgan a su acción y a la de los otros en un contexto determinado, dotando de relevancia el concepto de mundo de la vida (Vasilachis de Gialdino, 1993). Así, a partir del conocimiento del contexto comunicativo y social, pudimos interpretar el sentido de las acciones y vincular la producción de discursos con la reproducción del mundo social. La forma en que se organizó el trabajo estuvo dada por el análisis estructural de las propiedades lingüísticas, retóricas y pragmáticas de los textos, atendiendo la perspectiva histórica y narrativa, y las relaciones interdiscursivas.

Por último, como veremos en el siguiente apartado, superpusimos a esta técnica de análisis la utilización de un modelo que creamos a partir de la centralidad que cobró el abordaje fenomenológico y nos permitió generar un par ideal para sistematizar una serie de huellas en el relato o emergentes que terminaron estructurando el proceso de análisis e interpretación.

2. Tratamiento de la información

2.1. La fenomenología como abordaje coherente para la ESC- Solidaria

Siguiendo a Knoblauch, Flick y Maeder (2005) una característica de los métodos cualitativos es su alineación con el paradigma interpretativo, el cual está basado, entre otras teorías, en la fenomenología, la que señala la importancia de estudiar la acción y el mundo social desde el punto de vista de los actores.

A su vez, como hemos mencionado anteriormente, el enfoque cualitativo se compone de un mosaico de perspectivas y escuelas, y cada una de ellas tiene su propia orientación metodológica y sus específicos presupuestos teóricos y conceptuales sobre la realidad. Una de ellas es la fenomenología y el análisis del mundo de la vida (Vasilachis de Gialdino, 2006).

Siguiendo a Carlos Belvedere el diálogo frustrado entre la fenomenología y las ciencias sociales (2006 a, 4) ha sido abordado desde distintas perspectivas (tanto desde la filosofía como desde las ciencias sociales), pero por diversas razones se lo reconoce como un intercambio que no terminó de articularse. Uno de los puntos más sensibles en ese diálogo que aquí nos interesa resaltar es, justamente, la dimensión metodológica y su articulación con la ontología, ya que nos conduce a reflexionar sobre cómo nos es dado lo social y cómo nos proponemos conocerlo.

Para este autor “el método nos remite al objeto, así como el objeto nos es dado cabalmente por el método” (2006 a, 9). En función de ello, lo que buscaremos en

este trabajo es hacer viable la investigación empírica a partir de los tópicos de la perspectiva fenomenológica, sin imponer condiciones al objeto pero tampoco cerrándonos en la primacía del método.

Consideramos asimismo que esta búsqueda es importante para el campo de la ESC- Solidaria porque representa un camino coherente con sus principios éticos ya que nos permite estudiar el vínculo intersubjetivo como clave para comprender la reciprocidad, a partir de la posibilidad de recuperar el relato desde la experiencia del sujeto.

Para llevar a cabo este recorrido, diseñamos un modelo de análisis que nos permitió realizar un pasaje desde la perspectiva teórica a la empírica, prestando atención a una serie de tópicos presentes en la obra Alfred Schutz. Seleccionamos su obra porque, como sostiene Belvedere, es la que se presentó con mayor proclividad al diálogo con la investigación social y para públicos no familiarizados con esta perspectiva.

En la tabla 2.1. presentamos nuestro modelo para analizar los discursos de los sujetos y, de esta manera, poder utilizar el enfoque fenomenológico para estudiar empíricamente la perspectiva subjetiva.

Tabla 2.1.

Modelo de análisis

Tópico	Dimensión	Subdimensión	Huellas en el relato - emergentes
Ordenamiento espacial del mundo de la vida	Espacio	Aquí	Perspectivas
		Allí	
Ordenamiento temporal del mundo de la vida	Tiempo subjetivo	Pasado	Vivencias tipificadas
		Presente	Actualización temporal del flujo de conciencia Contextos de experiencias
		Futuro	Anticipaciones

			Fantaseo Proyecto
Ordenamiento social del mundo de la vida	Experiencia del Otro	Inmediata	Orientación Tú Orientación Nosotros Relación Nosotros Encuentros sociales
		Mediata	Orientación Ellos Relación Ellos Tipificaciones Grado de anonimía
Conocimiento del mundo de la vida	Acervo de conocimiento	Delimitación de la situación	Situaciones rutinarias y problemáticas Significados subjetivos Significados objetivos
		Relevancia	Impuesta Intrínseca "Motivos para" o proyectos "Motivos porque" o biográficamente condicionados
		Tipicidad	Roles sociales Tipos de mundos sociales Problemas, situaciones y soluciones típicas Habilidades y conocimiento útil
		Socialización del conocimiento	Relevancia social Transferencia social Acumulación social Distribución social
Regiones del mundo social	Yo/ Ego	Experiencia de sí mismo	Autopercepción Situación biográfica Concepción natural del mundo Alcance efectivo y potencial
	El Otro	Experiencia del Otro	Predecesores Contemporáneos Asociados Sucesores
	Nosotros/ endogrupo	Experiencia del encuentro social	Relaciones cara a cara Relaciones mediatas Anonimato Empatía
	Ellos / exogrupo		Reciprocidad de perspectivas Tipos de curso de acción

Fuente: elaboración propia en base a "Las estructuras del mundo de la vida" (Schutz y Luckmann, 1973)

En los siguientes apartados, describiremos brevemente nuestro trabajo empírico a partir de los métodos empleados y el modelo de análisis que formulamos para esta investigación que tiene como objetivo partir de la perspectiva fenomenológica para el abordaje de un problema empírico.

2.2. La reflexión epistemológica como fundamento de las decisiones metodológicas

Irene Vasilachis de Gialdino (2006) señala la importancia de visibilizar la reflexión epistemológica a la hora de tomar decisiones respecto de las estrategias metodológicas disponibles debido a que se encuentra profundamente ligada a la elucidación de los paradigmas vigentes en la producción de cada disciplina.

En esta línea, buscamos dar cuenta de las dificultades con las que nos enfrentamos cuando intentamos conocer a un Otro con características intrínsecas que no podrían ser abordadas con cualquier herramienta procedente de otra disciplina, porque sus presupuestos ontológicos se nos presentan como diversos.

En nuestro caso, hablar de la fenomenología como abordaje coherente para la ESC- Solidaria más que una propuesta científica, pretende ser un posicionamiento humano en el mundo de las ciencias sociales para discutir la forma en la que queremos abordar ciertos fenómenos y subrayar la necesidad de comprensión del sentido de la acción social en el contexto del mundo de la vida y desde la perspectiva de los participantes en el contexto de la sociología actual (multimetódica y pluralista).

En este sentido, las decisiones metodológicas que tomamos para abordar este caso parten de la intención por recuperar los aspectos más políticos de la obra de Schutz, tales como “los horizontes de comunidad” (Belvedere, 2006 b) y otros aportes a la idea de acción colectiva que atraviesa nuestro caso y podrían explicarse a partir del papel de las estructuras de relevancias⁵ en la interpretación del mundo y

en la acción. Es decir, al universo de sentido compartido que es lo que hace posible la emergencia de la política cuando es puesto en cuestión por uno de los grupos sociales.

Optar por un enfoque cualitativo y un abordaje desde la perspectiva fenomenológica nos permite, entonces, estudiar el fenómeno de la comercialización y el consumo solidario en clave de lucha política, por la imposición del sentido "público" legitimado de las distintas realidades del mundo, por los esquemas interpretativos y la auto-interpretación de sí que realizan los propios grupos, y por la constitución de sus identidades colectivas.

Así, en concordancia con la ESC- Solidaria, abordar el conocimiento del Otro desde este enfoque permite poner en jaque el "imperialismo del yo" (Belvedere, 2006 b) en tanto operación reflexiva de traspolación del yo sobre el semejante, propia de la sociedad occidental moderna, y nos permite partir de la percepción del semejante, en tanto afirmación objetiva de lo subjetivo, es decir, como una operación ética que implica un reconocimiento del Otro, una sustantivación.

3. Apuntes del trabajo de campo

3.1. Contexto de inmersión y vinculación con los actores

Como mencionamos en el apartado introductorio, esta investigación se realizó "en casa", es decir, en el ámbito de la ESC-Solidaria donde tenemos un involucramiento tanto desde el ámbito personal como profesional. En este sentido, la problematización del consumo y de los circuitos de comercialización, desde sus múltiples dimensiones de estudio, siempre han formado parte de nuestras agendas porque constituyen, a nuestro criterio, dos pilares esenciales sobre los cuales se asienta la clave de la transformación sistémica de la economía (Coraggio, 2013).

⁵ En la producción castellana también se puede encontrar este concepto como "estructuras de significatividades" debido a un error en las traducciones de la obra de Schutz que utilizaron la palabra "significación" en lugar de "relevancia". Sin embargo, "relevancia" es la traducción correcta del término original *Relevanz* (en alemán).

Nuestra inmersión en este mundo se dio en el año 2009 a partir del cuestionamiento de las propias prácticas cotidianas. En aquel entonces había sido el periodismo, hoy es en el mercado de bienes de consumo. Pero de una forma u otra, el camino se recorría con pasos similares, preguntarnos por qué hacemos lo que hacemos, cómo y de dónde viene lo que consumimos (noticias, software, alimentos, indumentaria, energía) y cuál es el residuo o remanente que esto nos deja, tanto material como simbólico.

En medio de ese cuestionamiento, atravesado por indagaciones preliminares en el campo de los estudios sobre la desigualdad, se nos da un objeto que pareciera concentrar muchos de los atributos que nos ayudan a comprender esto que nos preguntamos: el precio. Entendimos que el desconocimiento respecto de su conformación no sólo resalta el lenguaje crítico de la ciencia económica, sino que también sintetiza cuestiones como el valor que le asignamos a las cosas y el trabajo que retribuye, pero principalmente, desnuda operaciones lucrativas por parte de actores concentrados.

En este contexto es que comenzamos a indagar más específicamente sobre los mercados solidarios, en el año 2016, comenzando por lugares que ya conocíamos, a través de actores que nos resultaban familiares. En este sector el precio no se presentaba como un tabú y parecía, de manera contrapuesta, representar una trinchera desde la cual presentar batalla al sistema dominante. Las relaciones sociales también eran distintas y el nivel de información que manejaban los actores allí intervinientes distaba mucho del “ciudadano común” (Schutz, 1964)⁶.

⁶ En *El ciudadano bien informado*, Schutz se preguntaba por qué las personas viven su vida cotidiana aceptando, sin cuestionar, algunas partes del conocimiento acerca del mundo que se les ha transmitido mientras cuestionan otras. El “hombre común” se constituye como el tipo de sujeto que no cuestiona el mundo que se le da como “natural”, mientras que el “ciudadano bien informado” es aquel que forma su opinión en base al cuestionamiento acerca del origen de lo que le es dado e impuesto. En este contexto nos preguntamos por qué los sujetos que cuestionan las prácticas políticas autoritarias, al mismo tiempo aceptan y naturalizan ciertas prácticas económicas (y sus discursos) que tienden a la acumulación de poder y de capitales, lo cual deviene en el sometimiento de los eslabones más débiles de la cadena productiva. Hemos analizado estas cuestiones específicas, relativas a un “ciudadano económico bien informado” en el artículo “Economic Institutions From a Phenomenological Perspective: The Case of a Social and Solidarity Economy in Buenos Aires”, en *Schutzian Research*.

Allí fuimos, en medio de un panorama que comenzaba a modificarse ya que es importante destacar las variaciones del contexto político y económico que acompañaron esta investigación a partir del cambio de gobierno en el año 2015. Estas variaciones no solo aparecen recursivamente en los discursos, sino que también estuvieron representadas de una manera clara por un marco inflacionario general, de aumento tarifario de los servicios, de disminución en el consumo masivo, de revisión de políticas tributarias para el sector cooperativo y de reorganización de programas que se venían desarrollando por parte de actores gubernamentales clave.

Tal es el caso del Observatorio de Precios (creado a instancias de la Ley 26.992 del año 2015) y demás ámbitos de Economía Social dependientes de los Ministerios de Trabajo, y de Desarrollo Social, en donde esta reorganización podría ser definida como una desaceleración de programas (por ejemplo “Precios cuidados”, “Precios claros” y “Marca Colectiva”, entre otros) que si bien no dejaron de existir de manera oficial, se convirtieron en proyectos que ya no eran promocionados y, por lo tanto, se desarticulaban ciertas redes entre funcionarios y agentes locales que generaban apoyo económico.

En un país donde la inflación nos atraviesa de manera cotidiana y es la materia prima de muchas operaciones mediáticas, en un marco de retracción de derechos, los asociados y asociadas de la cooperativa no resignaron sus objetivos y, durante esta investigación, vimos cómo apostaban al proceso de consolidación de la Mesa de Organizaciones de Comercialización y Consumo Solidario (como estrategia de integración sectorial) y a la búsqueda de generación de nuevas redes y nodos de consumo, destinándole muchas horas de trabajo a la postulación para un nuevo programa de financiamiento externo.

3.2. Auto-observación del trabajo empírico: de lo general a lo particular

Si bien establecimos un enfoque, un abordaje y una serie de técnicas, estas decisiones no limitaron nuestro conocimiento del contexto general a través de otros caminos. Consideramos que para comprender el caso en particular, primero debíamos reconstruir el panorama general en el que este se encuentra inserto.

Para ello, como se verá en el segundo capítulo, trabajamos con dos fuentes secundarias, de tipo cuantitativas, que permitieron generar el dato sobre la realidad del sector cooperativo, es decir, cuántas cooperativas existen en nuestro país y cuál es su distribución por actividad y antigüedad.

De los padrones del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), tomamos como información más relevante la representación de las cooperativas de trabajo (el tipo al cual pertenece ColSol en la actualidad) sobre el total de casos. De un informe sobre comercializadoras solidarias de la Ciudad de Buenos Aires, tomamos como dato la segmentación generacional de este tipo de cooperativas y la representatividad de las estrategias de comercialización, respecto del total de la muestra.

Con esta información reconstruimos a partir de datos secundarios, un panorama del sector cooperativo en general y de la comercialización solidaria en particular. Sin embargo, al momento de realizar el trabajo de campo, nos encontramos con un abanico de posibilidades de tipos de comercializadoras que se desplegaban en nuestro territorio y no podían ser englobadas en el dato anterior que habíamos generado.

En vistas de ello, construimos nuestra propia tipología de organizaciones vinculadas a la comercialización y el consumo solidario, a los fines de comparar sus estrategias, sus motivaciones y los actores que la conforman. Así pudimos pasar de lo macro a lo meso en nuestro nivel de comprensión e inmersión y delinear una red de actores con tendencia a la heterogeneidad tanto en las prácticas como en la variedad de vinculaciones entre ellos.

Finalmente, ya en el nivel más particular, trabajando plenamente en el estudio de nuestro caso intrínseco, comprendimos que este tipo no es excluyente o determinante, pues bien podría convertirse en un caso instrumental o ejemplar en vistas de que cumple un rol de mediación para la comprensión de un fenómeno que lo trasciende, desbordando los límites del caso. Y bien podría trabajarse nuestro objeto como cualquiera de los dos tipos de estudio de caso único, sin resignar la densidad y la complejidad del análisis.

Esta observación lejos de limitarnos, nos estimuló a continuar con la investigación, pensando en la importancia de establecer ejes claros de análisis ante la posibilidad de maximizar todo lo que podemos aprender de un caso y, potencialmente, sentar las bases para continuar en otros esquemas de trabajo como el de casos colectivos (comparados).

Por otro lado, respecto de las técnicas de recolección, consideramos que rescatar la perspectiva de los actores para explorar el mundo de la vida cotidiana a través de la entrevista en profundidad, no solo nos permitió acceder a esos sentidos que buscábamos descubrir, sino que también fue un hallazgo porque nos ayudó a rescatar la apropiación individual y colectiva del pasado reciente, reconstruyendo una familia de discursos de organizaciones de una generación específica, que también podrá ser un insumo singular para futuros trabajos que subrayen la importancia de una perspectiva longitudinal.

Todas estas entrevistas fueron grabadas y transcritas. Junto con el resto de los materiales recabados, fueron analizados a la luz de los ejes planteados y del modelo expuesto. Para el proceso de análisis y codificación utilizamos el programa RQDA⁷, que es un software de código abierto para el análisis de datos cualitativos. Este programa facilitó la codificación, búsqueda y recuperación de información. Si bien para la codificación utilizamos cierta información de fondo tradicional, aclaramos que no fue teóricamente dirigida ya que buscamos respetar las categorías emergentes

⁷ HUANG Ronggui (2016). RQDA: R-based Qualitative Data Analysis. R package version 0.2-8. <http://rqda.r-forge.r-project.org/>

de los propios discursos, en relación con los ejes de conversación y las preguntas que guiaron esta investigación.

Finalmente, pedimos a algunas de las personas incluidas en el estudio que leyeran el texto para responder a un requisito importante de la investigación fenomenológica: nunca perder la conexión con las construcciones de primer orden de los actores (Aspers, 2006). Ellas pudieron reconocer su propia situación en este trabajo. De la misma manera, expusimos nuestros principales avances ante colegas y actores intermedios (que investigan pero también trabajan en el sector) para controlar los hallazgos y la forma en que los presentamos pero no generaron cambios sustanciales en el texto.

Capítulo 2

El mercado de la ESC- Solidaria y los alcances de la reciprocidad

1. Definiciones institucionalizadas y aspectos generales del sector cooperativo en Argentina

En la sección introductoria mencionamos que, hasta el momento, los estudios realizados en torno a la producción, comercialización y consumo de bienes esenciales en la ESC- Solidaria abordaron sus dimensiones más operativas, dejando en segundo plano los estudios culturales y una vacancia en la caracterización de estos mercados en términos de su estructura social. Para contextualizar el problema de la construcción de configuraciones significativas en estas instituciones económicas, realizaremos una breve descripción de los datos que ofrece la realidad.

Al momento de realizar esta investigación, el sector cooperativo de la Argentina estaba conformado por cerca de 34.300 entidades, distribuidas en todo el país y en diferentes actividades que el órgano de contralor establece como: agropecuaria, consumo, crédito, provisión, servicios públicos, trabajo y vivienda, siendo las cooperativas de trabajo las de mayor preeminencia en todo el territorio nacional, con una marcada diferencia significativa respecto de las demás, tal como se observa en la siguiente figura.



Figura 2. Distribución de cooperativas según actividad. Elaboración propia a partir de datos publicados por el Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES)⁸.

Asimismo, en el último relevamiento censal (del año 2008) se calculaba que las 12.970 cooperativas registradas reunían a casi 9.400.000 asociados y daban empleo directo a más de 265.000 personas⁹. Adicionalmente, existen diversos espacios que, sin tener la figura jurídica de cooperativa, ponen en juego importantes mecanismos de reciprocidad a través de la autogestión y forman parte del mismo universo de la ESC- Solidaria, como es el caso de la agricultura familiar y las ferias, por mencionar las más relevantes, por lo que ese número de personas se eleva significativamente.

⁸ Este gráfico se elaboró a partir de los listados públicos del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES). Estos listados recuperan la información de entidades empadronadas y con su matrícula en vigencia. En dicha información podemos consultar cantidad, actividad, zona geográfica y datos de contacto. A partir de esos datos se construyó este gráfico para demostrar la distribución de cooperativas según actividad, que evidencia el protagonismo de las cooperativas de trabajo, tal como el caso que aquí estudiamos. Fecha de consulta y elaboración: 25/09/2017.

⁹ Fuente: Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES). Los datos de 2017, a partir de los cuales construimos el gráfico, provienen de la consulta de entidades empadronadas y con su matrícula en vigencia. Sin perjuicio de ello, el último censo de cooperativas, que releva más información acerca de la participación económica del sector, fue realizado en el 2008. A la fecha este organismo permanece sin un área de estadística.

Ahora bien, teniendo en cuenta la escala que representa el fenómeno cooperativo en nuestro país, y que estas instituciones se presentan en el campo de estudio como las principales expresiones de la ESC- Solidaria, recordemos cómo son definidas por el organismo internacional que las regula:

[...] una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada (ACI, 1995).

Uno de los principales autores de la doctrina cooperativa, Henri Desroche (1977), cuando habla de la naturaleza del fenómeno cooperativo, destaca el carácter asociativo y las define como “empresas asociadas” en las que se asocian las personas (no sus capitales) con distintas aspiraciones o necesidades: consumidores (cooperativas de consumo), campesinos (cooperativas agrícolas), obreros y artesanos (cooperativas de producción industrial y artesanal) y ahorristas (cooperativas de crédito).

En esta definición clásica ya se pueden observar las primeras categorías que operan en el campo de la ESC- Solidaria, según las cuales queda en evidencia la centralidad de las personas, y su tipificación según la relación entre las aspiraciones y el sector económico en el que operan, pero no precisamente por su rol en la cadena productiva.

Por su parte, Ballesteros (1983), también sobre la base de la asociación de personas, distingue a las cooperativas por las actividades que desempeñan sus asociados y asociadas, es decir, el objeto social: adquirir (cooperativas de consumo, cooperativas de vivienda, cooperativas agrícolas), trabajar personalmente (cooperativas de trabajo) y/o suministrar insumos (cooperativas de industrialización agraria).

Este autor, luego de realizar un “contraste económico” del modelo empresarial cooperativo y de someter a comprobación técnica cada uno de los principios cooperativos¹⁰ concluye que el fenómeno del cooperativismo, su vigencia y

expansión internacional, solo puede ser explicado por la singularidad de sus valores y la capacidad de capitalizarlos en una ideología que reafirma la organización asociativa como camino viable y humano al bienestar de las sociedades. Estos rasgos característicos aún hoy encuentran una asociación directa con los principios institucionalizados de las cooperativas que son: membresía abierta y voluntaria; control democrático de los miembros; participación económica de los miembros; autonomía e independencia; educación, formación e información; cooperación entre cooperativas; compromiso con la comunidad.

Sin caer en un extenso desarrollo sobre la doctrina cooperativa, es importante reconocer estos elementos ya que serán insumos para identificar las diversas definiciones institucionales procedentes tanto de ámbitos de la gestión como de los debates académicos respecto de los roles, pautas de conducta, motivaciones, fines, tipificaciones y relevancias compartidas que caracterizan el encuadre cultural de los actores que constituyen nuestro objeto de estudio. Nos referimos a las “construcciones de segundo orden” respecto de los fenómenos que nos interesan, las que presentan grados variables de adecuación respecto de las “construcciones de primer orden” de los actores en el mundo social.

En virtud de ello, en este capítulo nos proponemos explorar esos vínculos y posicionarnos respecto de las interpretaciones teóricas del fenómeno y su fecundidad para nuestro trabajo. En especial porque se trata de un espacio que tiene la particularidad de que las interpretaciones teóricas y las definiciones institucionalizadas tienen una supremacía en la configuración de las prácticas de los actores, pero a su vez el ajuste entre ambas dimensiones no es total sino que éstas adquieren sentido en el marco de los encuadres culturales específicos del grupo. Especialmente haremos foco en el compromiso con la comunidad como principal valor que organiza la práctica de la intermediación solidaria, y activa los resortes de

¹⁰ Los siete principios cooperativos datan del año 1844 y fueron enunciados por Los Pioneros de Rochdale, la primera cooperativa que asociaba personas para consumir productos de primera necesidad. Con pequeñas modificaciones, estos principios conservan vigencia y representan la bandera del movimiento.

la empatía, acortando distancias entre productores y consumidores, como veremos hacia el final de este capítulo.

1.1. Tipos de experiencias institucionalizadas que conforman el campo de la ESC- Solidaria

Para avanzar en la descripción de las definiciones institucionalizadas respecto del campo de la ESC- Solidaria, podemos enumerar y describir los tipos de experiencias que conforman el sector, tipificar sus prácticas económicas, identificar sus modos de organización y determinar aquellas situaciones que las originan y sostienen.

En palabras de Rodolfo Pastore (2006) la descripción de los actores y sus prácticas se asemejan a lo que él denomina la “dimensión empírica” de la Economía Social, designando un conjunto plural de emprendimientos y organizaciones económicas que se han ido desarrollando de manera diferenciada de la empresa capitalista. Esta diferenciación reside en la prevalencia de la búsqueda del bien común frente a la maximización del capital. Es decir, se trata de aquellas entidades u organizaciones que desarrollan sus actividades económicas sin tener una finalidad de lucro.

Dado que el origen de este tipo de expresiones asociativas se remontan a la primera mitad del siglo XIX, el autor distingue a las experiencias de la economía social entre tradicionales (cooperativas, mutuales y asociaciones civiles) y nuevas (emprendimientos socioproductivos, de intercambio solidario, de financiamiento y societal). Resultando su carácter distintivo y común la combinación de un agrupamiento social con autonomía de gestión y organización productiva que genera bienes y servicios en formas económicas plurales.

Coincidentes a su vez con esta distinción, Mercedes Caracciolo Basco y María del Pilar Foti Laxalde (2013) refuerzan aquella vertiente histórica o tradicional de la Economía Social sumando a la modalidad institucional de cooperativas y mutuales, otras menos visibilizadas como la agricultura familiar y campesina y las formas

ancestrales constituidas por las comunidades originarias. Asimismo, describen a la vertiente reciente de la Economía Social como aquella compuesta por emprendimientos familiares y asociativos, cuyos trabajadores y trabajadoras, por necesidad o por convicciones valorativas, también funcionan con una organización del trabajo autogestivo y una lógica diferente a la del mercado capitalista.

Teniendo esta idea general de los tipos de experiencias asociativas institucionalizadas que conforman el campo de la ESC- Solidaria, consensuada en líneas generales por los teóricos de la materia (Bragulat, 2005), advertimos en segunda instancia y, con mayor fuerza en nuestro país, otro consenso referido a la distinción entre los grupos llamados tradicionales y nuevos. En el caso de nuestra experiencia, estamos hablando del tipo tradicional, con el componente de las convicciones valorativas.

La construcción del criterio que tipifica ambos grupos de actores se alimenta no solo del devenir histórico que bien podría dar cuenta de las diversas generaciones de experiencias, sino que es aún más compleja porque está atravesada por lo que aquí denominamos “situaciones”.

Las situaciones que dan origen o sostienen las experiencias de la ESC- Solidaria, están compuestas por distintas dimensiones. En el orden temporal, por una segmentación marcada en las fuertes crisis socioeconómicas desencadenadas por el desarrollo del sistema capitalista (por ejemplo, la Argentina del año 2001). En el orden relacional, por una influencia del contexto histórico en la percepción de las instituciones tradicionales y el replanteo de los modos de organización (por ejemplo, la recuperación de fábricas por parte de sus trabajadores y trabajadoras). En el orden subjetivo, por las motivaciones y motivos que se ponen en juego frente a determinados acontecimientos (por ejemplo, la creación de huertas comunitarias).

Como veremos más adelante en el relato de los protagonistas, el origen de nuestro caso constituye un claro ejemplo de las situaciones que dieron lugar a esta expresión de la ESC- Solidaria. En el orden temporal, por la necesidad de

continuidad y apoyo a las empresas recuperadas por sus trabajadores y trabajadoras, en el orden relacional, por el impulso a conformar una masa crítica de consumidores movilizados en pos de un consumo alternativo y en el orden subjetivo por la búsqueda de sensibilizar a la población cuestionando los valores y principios que conforman el modelo de consumo dominante.

1.2. La ESC- Solidaria como espacio de tensión entre Estado y Mercado

Más allá de la descripción que habilita la literatura y las definiciones institucionalizadas del área acerca de las diversas experiencias que conforman la ESC- Solidaria, existen también otras formas de describirla y estudiarla. Una primera y rápida distinción es la que versa sobre la existencia del potencial transformador de la ESC- Solidaria. Mientras la mayor parte de la bibliografía reconoce que este existe, es cierto que también muchos autores la presentan como un modo de hacer compensador del sistema capitalista. Apoyándose en la característica distintiva de la no finalidad de lucro, reversionan la conceptualización de Karl Polanyi en la teoría del Tercer Sector (Montaño, 2005) que ubica a todas estas iniciativas en una categoría residual (porque no pertenecen al Estado/lo público y tampoco al Mercado/lo privado lucrativo), con escaso margen de participación política e incapaz de reflexionar (mucho menos de buscar e incidir) sobre el actual sistema en el que operan.

Si bien este enfoque es propio de la producción contemporánea de los países del norte, hay en el hemisferio sur una corriente que lo replica y en nuestro país, por ejemplo, Andrea Campetella, Inés González Bombal y Mario Roitter (2000) trabajan justamente sobre el sentido compensador que aquí se intenta reflejar. Esta función paliativa es para Oscar García “una de las operaciones más impresionantes de marginalización de la Solidaridad como lógica de funcionamiento de una sociedad” (2007: 42) y sitúa a la ESC- Solidaria en una posición pasiva que sólo puede acercar soluciones cosméticas a problemas sistémicos.

Retomando entonces el carácter transformador, muchos enfoques proponen una función sustitutiva y hasta “alterativa”¹¹ de la ESC- Solidaria frente al sistema capitalista mediante el análisis de un potencial que trasciende las situaciones mencionadas más arriba (en el sentido de coyuntura) para brindar respuestas estructurales. Como resultado, argumentan cómo es posible otra economía y, además, proponen mejoras del sector e incentivan la participación política. En breve, ese potencial transformador se compone de la construcción de un corpus que busca salir de la mera descripción para demostrar que la ESC- Solidaria es un sistema complejo y completo que podría sustituir al hegemónico.

En este sentido Jean-Louis Laville (2004), aún desde una perspectiva europea, es quien nos ayuda a trascender la mirada de tercer sector gracias a su conceptualización de la economía solidaria y nos habilita a discutir acerca de su naturaleza en tanto proyecto político y económico que porta en su seno el potencial reestructurador del Estado y del Mercado. Y una parte fundamental de ese potencial reside justamente en la solidaridad, ya sea cuando es incorporada a las prácticas económicas (Razeto Migliaro, 1994), o bien cuando es activada a partir del interés y el contexto que rodea a los actores (García, 2007), marcando la “diferencia evolutiva” que el capitalismo estaría truncando mediante la división del trabajo para su explotación (Arruda, 2005).

Como se ha visto, la tensión entre el sector socio comunitario con el Estado y el Mercado es un aspecto clave para comprender desde el punto de vista teórico el tipo de relaciones que se desarrollan entre estos actores, de colaboración, de dependencia y de conflicto. Esta mirada sobre la tensión también está presente en la obra de Pablo Guerra (2010) quien destaca el alto dinamismo que existe entre los movimientos sociales que pugnan por un nuevo modelo de desarrollo, el paradigma científico que pugna por la creación de teoría pertinente y el sector específico de las economías que pugnan por la sostenibilidad de las experiencias de base solidaria.

¹¹ De alterar. Es un término utilizado generalmente en la producción sudamericana que juega con un doble sentido: por un lado, subraya el carácter transformador de las bases hacia arriba y, por otro, reniega de la conceptualización de lo alternativo, muchas veces asociado al disvalor o a la marginalidad. Alterar el sistema capitalista es desbaratar sus lógicas de manera paulatina.

Lo que, bajo la mirada europea de Laville, hubiera sido el “desafío democrático” por la institucionalización, frente al riesgo de caer en un isomorfismo institucional¹², para Coraggio es el problema actual del paso de la teoría a la praxis, en el sentido de la proliferación de prácticas no lucrativas que se desarrollan dentro de los límites de un sistema capitalista periférico sin plantear la construcción de otra economía sobre la base del pensamiento crítico, afirmando la racionalidad reproductiva¹³.

Y de aquí se desprende otro eje de discusión que habilita la construcción crítica del campo de la ESC- Solidaria representado en la figura de la afirmación por la vida, desde la garantía del derecho a vivir (de todos y todas, incluyendo la naturaleza) hasta la previsión de la sustentabilidad de la vida humana en relación con el medio ambiente natural. Lo cual se convierte en exclusivo de este campo cuando estos conceptos son atravesados por la centralidad de las personas frente al capital, su asociación (en paridad) como base de la solidaridad y el sometimiento del cálculo de la eficiencia a la libertad humana (Mutuberría Lazarini, 2008).

Precisamente si llevamos a la praxis el establecimiento de estos límites para garantizar la afirmación por la vida, veremos los intercambios que se dan en la construcción de estrategias poscapitalistas y cómo muchos autores y autoras terminan echando mano a los saberes del territorio, tales como el desarrollo endógeno del Buen Vivir¹⁴ (Álvarez, 2017), la propuesta de un ecosocialismo, en términos de construcción alternativa ecológica, social y democrática (Le Quang, 2013) y un marcado rechazo al desarrollismo partiendo de la construcción de una ética propia y una actitud descolonial (Gudynas y Acosta, 2011).

¹² Para Laville el isomorfismo institucional remite a la pérdida y degeneración del espíritu asociativo cuando un emprendimiento solidario comienza a asimilar la forma de una unidad económica convencional y, por lo tanto, se desdibuja su identidad y pierde fuerza su potencial de transformación social.

¹³ La racionalidad reproductiva es un concepto central en toda la obra de Coraggio y hace referencia a la Reproducción Ampliada de la Vida de Todos (RAVT).

¹⁴ La construcción del concepto “Buen vivir”, a partir del ancestral suma qamaña (en aymara bolivariano) o sumak kawsay (en quechua ecuatoriano) es un proceso que lleva un poco más de diez años y que irrumpió con fuerza en la arena política y académica internacional. Su incorporación en los debates constituyentes de Bolivia (2009) y Ecuador (2008) abrió un campo de discusión y revalorización que ha girado en torno a sus significados, prácticas e influencias.

Lo que se observa, sin embargo, en el intercambio de estas discusiones de alto vuelo teórico, tanto en el paradigma del potencial transformador como en la noción de afirmación por la vida, es la escasa preocupación por ponderarlas o relativizarlas de manera crítica en el campo de la praxis frente a la falta de articulación de dichas prácticas en un contexto de decrecimiento y postextractivismo (Unceta Satrustegui, 2013; Acosta, 2016). Es decir, ya no hablamos del pasaje de la teoría a la praxis como señala Coraggio, sino de la vacancia en su tratamiento a partir de la evidencia empírica de problemáticas habituales como la falta de coordinación y la ausencia de proyectos políticos que buscan incidir en la ciudadanía organizada.

En este sentido, Euclides Mance (2006, 2008) logra reflexionar acerca de la integración de estas prácticas multirecíprocas y autogestionarias por fuera del ámbito de la institucionalización arriba mencionada al introducir el concepto de redes de colaboración solidaria. La originalidad de su obra, en tanto aporte para la construcción del campo de la ESC- Solidaria, gira en torno a la potencialidad transformadora que él le reconoce a este tipo de lazos que potencian la sinergia colectiva, en tanto estrategia superadora, sustentable, ecológica y justa que respeta las libertades públicas y personales, y promueve, además de otros modos de producción y comercialización, la apropiación y el desarrollo tecnológico.

Como consecuencia de lo antedicho, estamos frente a un importante sector económico, que emplea a millones de personas y que, al mismo tiempo, se encuentra altamente teorizado, especialmente en las últimas dos décadas. Como contrapunto interesante, nos encontramos también con actores que no son definidos por su rol en la cadena productiva, sino más bien que son identificados muy a grandes rasgos como integrantes de tipos de experiencias institucionalizadas o sectores económicos particulares, que no han sido suficientemente explorados

2. Derivas teóricas

2.1 La reciprocidad como fundamento del vínculo intersubjetivo

Uno de los mayores acuerdos en el campo (Laville, 2004.; Coraggio, 2012) es situar el origen teórico y conceptual de la ESC- Solidaria en la obra de Polanyi (1944) quien hacia mediados del siglo XX, superando los enfoques doctrinarios que postulan al bien común como principio organizador de la economía (socialistas y anarquistas), elabora su propia definición sustantiva de la economía.

El autor ofrece los contraargumentos a los postulados instituidos por el pensamiento liberal al reconocer que la economía es una ciencia plural en tanto marco social, natural y relacional, donde el mercado, si bien es un principio organizador, no es el único (dejando de ser un subsistema auto-referencial) y donde existe además de la propiedad estatal e individual, la propiedad colectiva.

En breve, la economía está necesaria e ineludiblemente arraigada en la sociedad (Polanyi, 1944: 28), por lo que cualquier avance hacia el utopismo liberal termina degenerando la idea de libertad en libertad de empresa, lo que requiere que las personas y el ambiente natural se conviertan en meras mercancías.

Sumado a este aporte cabal que pone de manifiesto la pluralidad en las formas de institucionalización de los procesos económicos, cimentan también las bases teóricas y conceptuales de la ESC- Solidaria determinados matices del pensamiento de Marcel Mauss que abrevan a esta crítica común al reduccionismo que explica las acciones económicas por el interés material individual (Laville, 2004: 207).

En Mauss, antecesor de Polanyi, no solo se subrayaba la pluralidad en las formas de propiedad y la organización económica sino que también se trabaja fuertemente la idea de que los hechos económicos son, ante todo, hechos sociales. Es decir, no son materiales porque no pueden existir por fuera de los individuos y de las sociedades que los han creado (Mauss, 1925). Estos hechos sociales, además, son “totales” porque ponen en juego a la totalidad de la sociedad y de sus instituciones.

Por lo tanto ambos autores, indiscutidos y esenciales para erigir las bases de una definición teórica de la ESC- Solidaria, proporcionan un marco de análisis que permite aprehender el carácter plural de la economía y desde allí comenzar a ensayar diversas interpretaciones sobre los modos de hacer (Zibechi, 2013) relativos a la producción, distribución y consumo de bienes y servicios.

En términos generales podemos afirmar que, las bases teóricas conceptuales de la ESC- Solidaria se oponen, en conjunto, a la lógica utilitarista sobre la que se asienta la concepción liberal de la economía, debido a que, según esta doctrina, es el interés personal el que prima por sobre todas las cosas, en el camino de la búsqueda de la felicidad propia y, como consecuencia, es el que conduce a los sujetos a calcular la utilidad de sus acciones para alcanzar dicho fin (Mill, 1863).

Precisamente, en el contexto de producción de las obras de Mauss y Polanyi, esta doctrina había evolucionado hacia el utilitarismo de preferencia, que se enfocó en el principio empirista e individualista y descartó la posibilidad de apelar a una naturaleza común a todos los seres humanos que buscaran la felicidad (Sánchez-Migallón Granados, 2012).

En esa época, entonces, la lógica utilitarista hablaba de las preferencias individuales que guiaban las actividades económicas de las personas, quienes emplearían los medios apropiados para conseguir estos fines. Es decir, que, para esta doctrina, los individuos buscan la obtención de un ingreso máximo a partir del uso de sus medios para hacer un uso óptimo de este ingreso y obtener el máximo de satisfacción deseada.

Por lo tanto, para hablar de Economía, en el caso de la ESC- Solidaria, no es necesario remitirnos al origen y la esencia de la utilidad en relación con el valor de las mercancías. En este marco, y a partir de los pilares teóricos recién mencionados, consideramos que el Mercado (en su concepción más tradicional) deja de tener la soberana centralidad como institución organizadora y de construcción de sentido y

pasa a ser un espacio en el que, además de ponerse en juego estas cosas, advierte la presencia de otros elementos más allá de las mercancías, como las personas y sus relaciones, recuperando el diálogo entre ética, economía y política.

De manera complementaria, destacamos que, tanto en Mauss como en Polanyi, circula con importante peso la idea de reciprocidad, lo cual también es recuperado por Lavelle y la mayoría de los autores que intentan definir este campo en permanente construcción (Flury, 2017). Sin embargo, no todos apelan a la reciprocidad en el mismo sentido, algunos lo hacen buscando un fundamento histórico o antropológico que argumente el carácter primitivo de estas prácticas, otros lo hacen para afirmar esa tercera posición en el campo de lo institucional donde se ponen en juego otras dinámicas económicas, y otros lo hacen para humanizar las relaciones asociativas en el poscapitalismo¹⁵.

Para Dominique Temple (2003), por ejemplo, la reciprocidad no sólo es una crítica al intercambio y un llamado a humanizar la economía, sino que es, fundamentalmente, la base de los lazos sociales entre las personas y con la naturaleza, sobre la que se estructuran las comunidades del vínculo intersubjetivo:

[...] en la reciprocidad, de lo que se trata no es del objeto, sino del sujeto humano, y la conciencia debe ser interpretada como una revelación, como el nacimiento de un sentimiento de humanidad simultáneamente los unos y los otros. El sujeto no está entonces dado *a priori*, con todos sus valores morales, sino que está por construirse (2003 T3: 182)

¹⁵ Para hablar de la época actual preferimos hablar de la “era del poscapitalismo” no para subrayar de manera optimista el fin del neoliberalismo en el sentido propuesto por Paul Mason (2016), sino más bien para recuperar la incorporación a este contexto la variable referida a la irrupción de las nuevas tecnologías de la información en la forma de relacionarnos: a las consecuencias catastróficas del capitalismo (desigualdad, desempleo, violencia y degradación medioambiental) se le agregarían ahora *transformaciones en el mundo del trabajo* (automatización, reducción y/o flexibilización de las jornadas laborales, viraje al sector de servicios, vinculaciones desde puntos de acceso remoto), *en los intercambios mercantiles* (nuevas estrategias de formación de precios por mayor circulación de información y por el fortalecimiento de los mercados digitales, institucionalización de sistemas colaborativos) y *en la construcción del conocimiento* (mayor circulación de contenidos “libres”, empoderamiento de movimientos colaborativos, mayor segmentación y formación de nichos, convergencia digital). En resumen, elegimos hablar de poscapitalismo para ponderar las relaciones entre las personas en un marco de abundancia de información que se monta sobre un sistema basado en la escasez.

En esta línea, para Jacqueline Michaux (2005) hablar de reciprocidad implica también discutir sus potencialidades y limitaciones frente a la economía de intercambio, ya que no se puede tener en cuenta al otro sin preocuparse por las condiciones de su existencia. Y aquí es donde la reciprocidad también es vista como motor de la producción y no como medio de la mera autosubsistencia, debido a que para “ser socialmente” tengo que dar y para dar tengo que producir.

Abramos un paréntesis para pensar cuán contrapuesta se encuentra esta idea de reciprocidad al móvil del individuo egoísta ponderado por Adam Smith en *La riqueza de las naciones* (1764), donde los actores económicos no invocan sentimientos humanitarios o cuestiones de interés público, sino que buscan egoístamente mejorar sus propias ganancias. Más aún, reflexionemos acerca del modelo de mercado que una y otra perspectiva (reciprocidad y utilitarismo) pueden ir construyendo, teniendo en cuenta esta caracterización de sus experiencias y la diversidad de espacios que se pueden construir para satisfacer estas demandas.

Retomando la cuestión de la reciprocidad, Dania López Córdova (2014) también se aleja de la perspectiva evolucionista en pos de su vigencia y actualidad para dar cuenta de aquellos lazos sociales a partir de los cuales se tejen los procesos totales relacionales como resistencia a un capitalismo destructor de todos los fundamentos materiales de la sociedad que mediante la expansión de la mercantilización total entra en contradicción con la reproducción de la vida, de los seres humanos y de la naturaleza. Destaca también que implica la preocupación y el cuidado por los otros, que la confianza es su elemento constitutivo y la cooperación es su expresión o manifestación práctica.

Por esto último, Aníbal Quijano (2008) entiende que la reciprocidad re-emerge y se re-expande como producto de una necesidad de sentido histórico colectivo (y no como una prolongación histórica o cultural, marcada por la supervivencia o la tradición ciega) y, por este motivo, logra calar en espacios propios del mundo urbano capitalista. La forma en que lo hace, a modo de resistencia creativa, pero siempre en tensión, es mediante la organización de la producción, el intercambio o distribución y

la reproducción, priorizando el valor de uso por sobre el valor de cambio, asociada a la comunidad como estructura de autoridad colectiva (a partir de los cuales surgen las normas, instituciones y valores).

Como resultado de estas discusiones, se piensa la economía de la reciprocidad en el marco de una concepción sustantiva de lo económico (Polanyi, 1944) que pone de relieve su carácter plural. Así se reconoce la existencia de múltiples modos de regulación económica siendo la reciprocidad aquella que denota movimientos entre puntos simétricos e interdependientes que se orientan por una racionalidad con arreglo a valores y no exclusivamente con arreglo a fines. Y es característica de estos movimientos la preocupación por el Otro ya que, a diferencia del intercambio mercantil que remite a una circulación de objetos, la reciprocidad es una relación entre sujetos donde intervienen objetos, y donde se producen y reproducen valores.

En resumen, más allá de los matices en la concepción de la reciprocidad aplicada a las prácticas económicas, encontramos que este concepto es un hilo que une todas las definiciones institucionalizadas de la Otra Economía: sea social (Defourny, 2003), solidaria (Laville, 2004; Gaiger, 2004 y Singer, 2007), social y solidaria (Coraggio, 2016), de solidaridad (Razeto Migliaro, 1994), comunitaria (Mutuberría Lazarini, 2008), moral (Lechat, 2003), de los trabajadores y las trabajadoras (Coraggio, 2007, 2009), popular (Quijano, 2008) y hasta de la vida (Hinkelammert, 2009).

Por lo tanto, en el campo teórico se fue construyendo una suerte de binomio “reciprocidad-utilitarismo” a partir del cual se segmentaron los terrenos de la economía y se catalogaron las prácticas de la ESC- Solidaria como prácticas “de reciprocidad” en contraposición a las prácticas “del utilitarismo”. Oponiendo comunidad al individualismo, redistribución del excedente a optimización de la ganancia, horizontalidad a concentración de poder, bien común a animosidad de lucro y lazos sociales a la despersonalización.

Nos preguntamos entonces si existe una correspondencia entre el carácter polisémico del término reciprocidad en el debate académico con los significados que los actores le asignan a estas prácticas, de acuerdo a nuestra investigación empírica. En este sentido, el caso que aquí analizamos como emergente de la reciprocidad en el panorama urbano, nos mostrará cómo se resuelve de manera creativa este binomio reciprocidad-utilitarismo, visible en la tensión que existe entre los lazos sociales de los mercados solidarios y su coexistencia con los demás actores del Mercado.

Para ello, veamos cómo esto es planteado desde la perspectiva de los sujetos, quienes tampoco son ajenos a las derivas teóricas respecto de la ESC- Solidaria. Se transcriben a continuación dos extractos de una entrevista realizada a una persona que desempeña el rol de asociada en la cooperativa:

[...] conocemos muchas experiencias y nos cruzamos en ferias y en distintos espacios con Puentes del Sur, Red Tacurú, con Caracoles y Hormigas. Estamos todos en la misma. Cada uno con sus particularidades, hemos compartido distintos espacios y debatido en cuanto a qué principios nos aúnan y cuáles son nuestras diferencias. Y nuestra postura es que las diferencias son más insignificantes que las similitudes que tenemos y que a la hora de hacer frente a un mercado dominante que tiene todas las de ganar, si no nos juntamos los pocos que estamos pensando otro tipo de comercialización, no hay fuerza que pueda (Andrea, asociada de la cooperativa, 31 años).¹⁶

[...] nosotros adoptamos una de las características que tienen las empresas sociales que es la vinculación con el entorno social en el que están insertas. Es decir, que no están desvinculadas de la comunidad sino que son parte de la misma, entendiendo el proceso de ser parte de ese entorno como forma circular, donde recibimos y devolvemos [...] Este tipo de economía pone en el centro de la escena a las personas (Andrea, asociada de la cooperativa, 31 años).

Según los dichos de Andrea ¿cuáles serán esas similitudes que los ubican dentro del mismo conjunto, en oposición al llamado mercado dominante?, ¿cuáles serán esas diferencias, significativas para los actores, pero admisibles para continuar perteneciendo todos al campo de la ESC- Solidaria?, ¿por qué se perciben como empresas de un entorno circular y qué significa para ellos?

¹⁶ Todos los nombres de las personas entrevistadas son ficticios con el fin de preservar su identidad.

En esta primera inmersión en los mercados solidarios, vemos que la expresión empírica de la reciprocidad, está representada por las “empresas sociales”, en oposición al utilitarismo, representado por “el mercado dominante”. Estas empresas sociales, las cooperativas, dan cuenta de la igualdad social de los individuos dentro de la diversidad y de la heterogeneidad de identidades individuales y colectivas. Allí el significado de “comunidad” se alimenta de estas identidades y, en consecuencia, redundando en la horizontalidad y en una cultura de corresponsabilidad en la existencia del universo.

Como resultado de este primer hallazgo, emergen dos aspectos que nos gustaría comenzar a enlazar con nuestro abordaje desde la fenomenología: el anonimato y la reciprocidad en las relaciones. En la obra de Alfred Schutz (1964) podemos encontrar estas preocupaciones en vinculación con la experiencia sobre el sí mismo y sobre el Otro. Según el autor, el mundo social está compuesto por dimensiones de proximidad y distancia, en el tiempo y el espacio, y cada experiencia específica de ellas conforma una tipología.

Estos tipos nos ayudan a comprendernos mutuamente con las otras personas que tienen una posición en dicho mundo (predecesores, contemporáneos y sucesores) y lo hacen a través de, por ejemplo, tipos de curso de acción, tipos personales e incluso autotipificaciones, entre otros. Es en este devenir donde podemos advertir diferentes grados de intimidad y anonimato.

En su actitud natural, entonces, las personas experimentan la existencia de semejantes que actúan (trascienden) sobre ellas y viceversa. Hay un sector del mundo al alcance mutuo (que puede ser actual o potencial) y, como consecuencia, comparten un ambiente que debe ser definido por intereses comunes a ambos. Sin embargo, advierte Schutz, en nuestras civilizaciones la anonimidad ha aumentado significativamente. Y cuanto más anónimo es el Otro, menor será la zona de relevancias intrínsecas compartidas, y, por lo tanto, mayores serán las relevancias impuestas.

Por lo tanto, en nuestro caso, el de las instituciones económicas, sostendremos que las distancias espaciales y temporales que se subrayan en los intercambios mercantiles, en relaciones con tipos sumamente anónimos que no podemos elegir, van determinando experiencias cada vez más impuestas y este anonimato se constituye como un rasgo típico del utilitarismo.

Como contrapartida, en los intercambios que tienen lugar en el campo de la ESC-Solidaria, observamos que existe un Otro, mediato o inmediato, que se encuentra a nuestro alcance y podemos elegir como copartícipe de nuestras relaciones para compartir nuestra vida social y, por lo tanto, alguien con quien podríamos tener típicamente las mismas experiencias del mundo común, si cambiáramos nuestros lugares. Esta noción de empatía, sobre la que trabajaremos más adelante, se constituye como un rasgo típico de la reciprocidad.

Es, justamente, esta vinculación con la comunidad que señalaba la asociada de ColSol, la que viene a dar cuenta de la proximidad de un Otro con quien compartir y a quien comprender dentro de un mismo marco de relevancias. Esa circularidad mencionada en la que se da, se recibe y se devuelve, aludiendo tal vez al sentido más tradicional de la reciprocidad, sólo es posible en un mundo que “no es mi mundo privado, sino un mundo intersubjetivo” (Schutz, 1962: 63).

Veremos ahora cuáles son las características de ese mundo intersubjetivo y cuáles son específicamente las dinámicas de interacción entre los sujetos que conforman dicha comunidad.

2.2. El lugar de ColSol en la cadena solidaria

En nuestra primera aproximación al análisis conceptual de las experiencias de la ESC- Solidaria, observamos ciertas tendencias en los modos de producir y consumir fundada en una concepción de una economía para la vida, que denuncia la inequidad de los sistemas hegemónicos, pero que también propone alternativas viables y éticas conforme a determinadas formas institucionalizadas de organización,

significados y procedimientos operativos, y esquemas interpretativos y motivacionales.

Asimismo, reconocemos que, en su dimensión empírica, tienen la posibilidad de conformar la totalidad de una cadena solidaria. Una cadena que, vista de esa forma, puede dar cuenta de cómo las estrategias asociativas representan una mayor inclusión (o en algunos casos, la única salida viable y sostenible) para pequeñas unidades productivas, grupos de consumo e incluso colectivos de recuperación y reciclaje.

En este sentido, para comprender el caso de ColSol dentro de este universo que tensiona permanentemente los binomios reciprocidad- utilitarismo y empatía-anonimato, necesitamos sistematizar el conjunto de estrategias asociativas de comercialización y consumo solidario. Para ello hemos elaborado una tipología¹⁷ que nos permitió no solo clasificar y ordenar dichas estrategias, sino también visibilizar aquellas que no son tan conocidas e incluso comenzar a pensar dónde prestaremos atención para entender sus relaciones entre sí, en los espacios que visitaremos y más adelante definiremos como “mercados solidarios”.

Como resumen de ese trabajo de aproximación, nos encontramos con un conjunto de estrategias de intercambio definidas simétricamente por un grupo de sujetos (individuales o colectivos) para la obtención y circulación de bienes materiales destinados a la satisfacción de una necesidad, a partir de las cuales se generan vínculos intersubjetivos y una tipicidad de significados socialmente compartidos con un Otro próximo.

Estos modos de hacer, divergentes y representativos del tipo recíproco y empático, se ubican en el campo de los mercados en una posición opuesta a los representativos del tipo utilitarista y anónimo, que podríamos denominar como consumo de bienes tradicional, y se caracteriza como aislado, individualista, de escasa o nula planificación, en plataformas de consumo guiados por la economía

¹⁷ Ver Anexo 1: Tipología de organizaciones vinculadas al consumo en el ámbito de la ESC- Solidaria.

lucrativa, que desconoce sus aspectos morales y no expresa preocupación por otros modos relacionales en este ámbito (Castro, 2017; Montanyés, 2017).

Se trata de un panorama atravesado por la realidad geográfica-territorial de la Ciudad de Buenos Aires, que sufre por lo general de cierto grado de desruralización y desconocimiento acerca del origen de los productos y de sus circuitos de distribución y comercialización (Fernández Miranda, 2016). Pero que, como contrapartida, hemos observado que representa un significativo segmento del sector organizado de la comunidad en el sentido de desarrollo de capacidades autorreflexivas, tendientes a las estrategias asociativas y autogestivas.

Estamos hablando de personas que, luego de la crisis del año 2001, han aprendido y en la mayoría de los casos experimentado en sus propias trayectorias biográficas, mecanismos de gestión colectiva de recursos y de disputa frente al Estado. Que han reflexionado acerca de la potencialidad que existe en la auto-organización de la sociedad civil y que, adicionalmente, se encuentran sensibilizadas frente a los alarmantes problemas de nuestra era, tales como la crisis medioambiental surgida a partir de conductas que atentan contra la sustentabilidad y la vida en general.

Son sujetos que se han revinculado, de manera asociativa y solidaria, con su territorio, rebelde y heterogéneo, desigual y potencial reproductor del sistema capitalista (Harvey, 2014), y buscan una reapropiación del espacio público y una vuelta hacia las lógicas del estilo comunal.

En breve, dentro de estos espacios destinados a la comercialización y al consumo de la ESC- Solidaria, identificamos en la ciudad dos grandes familias de casos, separadas a partir de la autodenominación de sus actores por la instancia de formalización que se manifiesta a través de la obtención de una personería jurídica: estas son las experiencias asociativas y las figuras específicas.

En el caso de las primeras pueden encontrarse las compras colectivas o grupos de consumo, las ferias, los intercambios solidarios como los nodos de trueque, las monedas sociales o complementarias, las “mingas”¹⁸ y las plataformas colaborativas.

En el segundo caso, están las cooperativas de consumo, las cooperativas de trabajo que se dedican a tareas de intermediación (que los actores autodenominan comercialización solidaria, como el caso que aquí estudiaremos), las cooperativas de usuarios/as de servicios esenciales y las secciones de proveeduría de las asociaciones mutuales.

Esta división en dos grandes grupos da cuenta, en definitiva, de la dificultad a la hora de definir y delimitar estas experiencias. Ello se debe no sólo a que el tipo de vínculos que tienen los consumidores con las organizaciones y con sus pares son múltiples, y que, como no son autoexcluyentes, conviven con lógicas tradicionales; sino también a que lo que sucede en el mundo de las instituciones económicas, hacia el interior y entre ellas, desde una mirada longitudinal, complejiza los cambios que van experimentando en el tiempo y que muchas veces impactan en sus estructuras por un proceso de sedimentación de significados compartidos.

También, como hemos visto en todos los casos y se ilustra a continuación con el testimonio de uno de los organizadores de una feria solidaria, estas experiencias que surgen en el ámbito socio-comunitario, se rigen por lógicas de tipo asociativas y

¹⁸ En la construcción conceptual de la “economía del trabajo”, Coraggio (2009) define a las “mingas” (del quechua *mink’a*) como instituciones de producción e intercambio indígenas, principalmente andinas. El origen del término nace en el trabajo colectivo agrícola realizado para el beneficio común de las tribus. La minga, de carácter público, era el pilar del *ayllu* (la forma de comunidad familiar extensa originaria de la región andina) porque le permitía conseguir a través de la organización social, beneficios para toda la comunidad. En la actualidad, esta figura es utilizada para designar aquel tipo de trabajo comunitario (no necesariamente agrícola) que se realiza de manera organizada y simultánea para alcanzar objetivos específicos, por ejemplo la limpieza de un terreno para su posterior utilización. “Lo importante de la minga es que nada se recibe gratis, todo es en base a un esfuerzo comunitario” dice Ariruma Kowii, de la Universidad Andina Simón Bolívar, cuando explica a la prensa ecuatoriana cómo se mantiene vigente esta práctica ancestral en nuestras sociedades a pesar de la tecnologización, la modernización y la globalización. Para acceder a este último artículo, ingresar al siguiente enlace: <<https://lahora.com.ec/noticia/1102141837/en-ecuador-la-minga-ancestral-fortalece-la-comunicacion-en-las-comunidades-indigenas>>

autogestionadas, presentando dispositivos que garantizan la horizontalidad en sus modos de gestión y conducción, la eliminación de la búsqueda del lucro en su estructura económica, y que, independientemente de su tamaño y capacidad, siempre tiende a la eficiencia con equidad.

[...] estamos enrolados en la economía social y solidaria porque buscamos el beneficio tanto para el productor como para el consumidor. Tratamos de instaurar una idea de consumo responsable, teniendo en cuenta la necesidad de que la gente consuma alimentos sanos. También tenemos una idea diferente de generar un lugar de encuentro donde la gente puede tomar un momento de esparcimiento antes, durante y después de sus compras. Y podemos asegurarle a la gente un lugar para reunirse, aliarse y generar un colectivo como el nuestro donde la autogestión es un valor y la horizontalidad una propuesta en la que todos participamos. Nos reunimos en asamblea, en comisiones y, de esta manera, generamos no solamente una instancia alternativa a la forma capitalista de comerciar, sino que nos manejamos con valores y principios en donde se ahonda la participación, la justicia, la igualdad, la reciprocidad y el reconocimiento de que todos podemos aportar un poco para generar una instancia de calidad de vida mejor [...], una instancia de encuentro y de compromiso (Pedro, integrante de la comisión organizadora de una feria, 42 años)

Siguiendo los dichos de Pedro, y aunque suene reiterativo, quienes están en el centro son las personas, con sus necesidades y motivaciones (Bragulat, 2005) y tejen en diversos sentidos múltiples lazos de reciprocidad con otras personas a partir de actividades específicas vinculadas a la organización del proceso y acto de comercialización y consumo de bienes materiales. Estas acciones se desarrollan dentro de un marco en el que la esencia que las rige ya no se encuentra sujeta a la lógica económica utilitarista sino, por el contrario, a la solidaridad recíproca. Y donde, como veremos en el próximo capítulo, estas lógicas implican una forma distinta de relacionarse con el Otro, por medio del anonimato o la empatía.

Según lo que vimos, en el barrio de Palermo las solidaridades parciales y sus múltiples combinaciones tienen lugar en ámbitos donde tensiona de manera permanente el binomio reciprocidad-utilitarismo. En la aproximación empírica hemos visto que se cruzan la economía lucrativa con la economía de reciprocidad, lo que nos lleva a redefinir a esta última como aquella en la que ocurre un flujo ininterrumpido que determina tipos de relaciones y se generan valores y sentimientos que, por relativizarse y relativizar al otro, tienden a un estado intermedio de armonía.

En nuestro caso particular, como ya hemos mencionado, la relación entre los sujetos en forma de red permite un acercamiento al mundo de la vida de las otras personas y enfatiza las formas de integración entre sus componentes, contribuyendo a la reproducción de cada uno de ellos y transformando la totalidad del conjunto. Esto es algo que tienen claro los asociados de ColSol a la hora de analizar su rol intermediario y las pautas de consumo de su público:

[...] siempre con la gente más habitué hay un diálogo. Ese diálogo en el sentido de más que la confraternización, pero no porque seamos compañeros sino porque nosotros creemos que la organización del consumo va a hacer que la gente consuma mejor, obviamente, y pueda destinar sus ingresos a otra cosa. Que por ahí no repercute justamente en el puesto nuestro pero puede repercutir en otro compañero. Que el acto de consumo no va a ser algo escindido de la vida, porque mucha gente se preocupa realmente y viene, cuando compra tal producto, le interesa saber cómo están los productores. Y es el rol nuestro, estar constantemente actualizados, a este le pasa tal cosa, a este le pasó esto, y vas buscando esa sinergia (Andrés, asociado de la cooperativa, 30 años)

Según los dichos de Andrés, ¿qué significa entonces repercutir en otro compañero y por qué se le asigna tanta importancia?, ¿cuál es la vinculación entre la organización del consumo y el destino de los ingresos de este tipo de personas que transitan de manera cotidiana el mundo de ColSol?, ¿cuál es la sinergia entre productores, intermediarios y consumidores a la que refieren en reiteradas ocasiones los asociados?

Como habíamos anticipado, esta estrategia de integración, retroalimentación y crecimiento conjunto fue acuñada por Mance como “Red de colaboración solidaria” a partir de su reflexión acerca de este tipo de prácticas que avanzan “hacia la construcción de una globalización solidaria”. Para este autor el objetivo de dichas redes reside en articular de manera solidaria y ecológica las cadenas productivas. Primero, produciendo en las redes todo aquello que aún se consume en el mercado capitalista. Luego, corrigiendo los flujos de valores para evitar realimentar la producción capitalista y generando nuevos puestos de trabajo para distribuir ingresos. Finalmente, garantizando las condiciones económicas para el ejercicio ético de las libertades públicas y privadas.

Como podemos observar, la clave aquí reside principalmente en el consumo y en la conexión permanente y fluida con la producción y las reinversiones colectivas de excedentes. De modo que el apuntalamiento cultural para que los consumidores realmente comprendan y compartan estas configuraciones de significado, es el mecanismo que acciona el funcionamiento de toda la red y el objeto precio termina siendo la cristalización de diversas luchas anticapitalistas pues remunera el trabajo autogestionado, el precio justo de los productores, la intermediación solidaria y la retroalimentación del sistema.

Para Mance, un autor bastante conocido y consultado por Andrés, la organización de este tipo de redes permite aglutinar diversos actores sociales en un movimiento orgánico, al tiempo que atiende sus demandas inmediatas y niega las estructuras capitalistas de explotación en el trabajo, expropiación en el consumo y dominación política y cultural. Esta organización para la acción que es, al mismo tiempo, política y económica, guarda la potencialidad de expansión a partir de nuevas relaciones sociales articuladas y estructuradas en base a acuerdos colectivos internos cuya guía es el “Paradigma de la Abundancia”: cuanto más se distribuye la riqueza, más aumenta la riqueza para todos los sujetos.

Por lo tanto, en las derivas teóricas también nos encontramos con el paradigma de la abundancia en tanto concepto opuesto a la lógica de la escasez que regula actualmente los mercados capitalistas, en donde los agentes operan buscando el lucro y se regulan por el tradicional binomio oferta-demanda. Con esta oposición de paradigmas lo que la teoría intenta demostrar es que, mediante la lógica de la abundancia lo que se remunera es el trabajo y esto genera más riqueza para ser repartida y reinvertida en el circuito solidario (una suerte de “círculo virtuoso”).

Mientras tanto, en la lógica de la escasez no solo se busca la depreciación hacia los productores y la exageración hacia los consumidores, sino que también esta búsqueda del equilibrio a través de una mano invisible permite que los precios no se fijen en función de los costos. Lo que genera a su vez situaciones como la caída de precios ante el exceso de la oferta que no permite a los productores cubrir sus

costos y se terminen desechando toneladas o litros de comida cuando existen poblaciones hambrientas cercanas geográficamente, pero que no llegan a ser considerados como “demanda” al no disponer de los valores requeridos por el mercado (esa distancia con el producto llamada dinero).

Se construye entonces, como ya mencionamos, una nueva perspectiva que desde el punto de vista teórico recibe el nombre de “Redes de colaboración solidaria” en donde, además de la estrategia económica y sus implicancias políticas y medioambientales mencionadas, se promueve una visualización del Otro a partir de la superación del individualismo y su sustitución por la cooperación.

En la búsqueda de las manifestaciones prácticas de las tensiones aquí mencionadas entre ambos paradigmas, encontramos el punto de vista de los integrantes de ColSol al declarar el objetivo de su proyecto:

[...] la construcción de otras formas de comercializar requiere el desarrollo de acciones de sensibilización para otro consumo, de lo contrario nuestro trabajo será tuerto, ya que para ampliar la base de consumidores en la construcción de otra economía, necesitamos de un conjunto creciente portavoces de miradas críticas y conductas consecuentes con esa visión. Por lo tanto la recuperación del consumo como acto político, que vuelca sus recursos en un sistema o en otro, decidiendo consciente o inconscientemente contribuir con un sistema egoísta y depredador, o con otro, interesándose en la reflexión en torno a sus prácticas, sus hábitos y definiendo soberanamente en qué tipo de mercados va a adquirir los elementos necesarios para la vida. No se trata por lo tanto de defenestrar la necesidad de comercializar, ni de una vuelta absoluta a los mercados de siglos anteriores. Se trata de recuperar la soberanía en el consumo, y en ese trabajo debemos comprometernos desde la ESS; así como se ha avanzado enormemente en la elaboración de otras formas de producir, necesitamos dar pasos en la distribución, el consumo y la utilización de desechos y residuos. (Documento 6/2014)

Estas “miradas críticas y conductas consecuentes” son, por lo tanto, los parámetros con los que se miden uno u otro tipo de mercados donde se pueden activar las lógicas de la escasez o de la abundancia. En las singularidades de estos mercados es donde podremos identificar las acciones de los consumidores y sus propios mundos constituidos a partir de las interacciones sociales. Mostraremos que esto es posible gracias a la generación de mecanismos colectivos de gestión, de la incitación al entusiasmo y la solidaridad, y también del llamado a la indignación y al cuestionamiento de argumentos dominantes en torno a la actividad económica.

Veremos ahora cuáles son las características de estos mercados particulares y por qué se constituyen como espacios favorables para el despliegue de las dinámicas de la solidaridad.

3. El mercado solidario como construcción social

A medida que nos fuimos aproximando al campo, teniendo en cuenta nuestro marco conceptual y su contextualización, notamos que en este ámbito la noción tradicional de los mercados es cuestionada permanentemente. Así como introdujimos las primeras voces de los actores que allí circulan, comenzamos a entender que los mercados no son entidades anónimas y autónomas sino que, ante todo, son espacios de encuentro socialmente contruidos.

En consecuencia, vimos que en los mercados solidarios (un tipo de mercado entre muchos otros) no solo se establecen diversos acuerdos de intercambio (como, por ejemplo, la construcción de los precios) de una manera diferente a los mercados tradicionales, sino que, además, circula una sustancia social. Es decir, que existe la circulación de valores tanto monetarios como no monetarios.

Recordemos que en la definición de Patrik Aspers (2006), se establece justamente que los mercados, en tanto fenómenos sociales y formas de interacción, pueden separarse en categorías analíticas de actores. En nuestro caso, hablaremos de los tres más sobresalientes que son los productores, los intermediarios y los consumidores.

Estas categorías se corresponden con la posición que ellos mismos toman en las cadenas solidarias (para el autor, cadenas de producción), al momento de interactuar en estos espacios que estamos delimitando ya que, por ejemplo, un intermediario también podría ser consumidor, pero su finalidad no es la provisión de

bienes para autosatisfacer necesidades sino su posterior comercialización; o bien un consumidor en este mercado puede ser un productor en otro.

Recordemos que, según Aspers, desde el punto de vista fenomenológico “todos los fenómenos, incluidos los mercados, deben ser vistos como construcciones sociales” (2006: 163). En función de ello, existen dos tipos de mercados: los mercados de roles y los mercados de intercambio. En los primeros, productores y consumidores ocupan roles fijos (por ejemplo, los mercados de producción), mientras que en los segundos, los roles pueden cambiar en cualquier momento (por ejemplo, los mercados financieros).

En este sentido, creemos necesario retomar esta distinción porque la mayoría de las investigaciones sobre mercados ignoran lo que Viviana Zelizer llama múltiples hipótesis de mercado (2011: 252), que se apoya en la noción de que existen diferentes tipos de mercados y que estos son socialmente variables, en lugar de, siguiendo a Harrison White (1981), considerar a los mercados de producción como si estos fuera el único tipo de mercado.

Por último, otra distinción presente en Aspers que aquí recuperamos es la de mercados asociados y disociados. Los mercados son asociados cuando los consumidores asumen un papel activo y no sólo se remiten a reaccionar al trabajo de los productores. Deciden involucrarse en la creación de este trabajo y contribuyen a sus resultados. Del lado opuesto, los mercados disociados son aquellos en los que el vínculo entre productores y consumidores es la mera transacción, es decir donde no se visualiza un trabajo conjunto.

De aquí se desprende que el elemento que marca la diferencia es la cooperación entre productores y consumidores. Esta cooperación es relevante para nuestro trabajo porque no sólo da forma al producto, sino porque también puede determinar o cambiar su valor.

De este modo diremos que, desde el punto de vista teórico, nuestro caso corresponde al tipo de mercados de roles y asociados. Sin embargo, conviene aclarar que lo que para las ciencias sociales es clasificado como “roles”, es experimentado por los actores sociales en términos muy distintos: de tipificaciones y sistemas de relevancias (Schutz, 1964:218), tal como veremos en el próximo capítulo.

Además, retomamos de Aspers (en línea con la perspectiva de Polanyi y Mauss) su crítica a la visión que tienen los economistas que evitan discutir el mundo social al que están conectados y, en lugar de ello, minimizan su descripción a los niveles de acción y organización. Para nuestro estudio esto significa que, mientras un mercado no pueda ser visto como un fenómeno social, no podremos comprender cómo los actores orientan sus acciones hacia otros actores.

En este sentido, tal como explicamos más arriba, vimos que los sujetos de la ESC-Solidaria no se guían por el egoísmo sino por la reciprocidad y, en función de ello, construyen mercados acordes a sus valores, donde puedan desplegar sus estrategias para reproducir la vida y no sus capitales. Es esta perspectiva, la de los y las protagonistas, la que aquí nos interesa recuperar por sobre cualquier otro aspecto de la realidad o método para acercarnos a ella.

Veremos cómo se ponen en acción esos valores y significados, a partir del desarrollo de roles y motivaciones normativas, explicados por ellos mismos.

3.1. El Mercado de Economía Solidaria Bonpland

Desde el campo de la ESC- Solidaria, autoras como Caracciolo Basco explican que los mercados solidarios son espacios construidos por este ámbito *ad-hoc* y en general con apoyo del Estado, que 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” (Caracciolo, 2013:9).

Estas relaciones sociales para Vanina Tejedor (2014) revisten una mayor importancia por encima de los productos (bienes y servicios) que se encuentran a disposición de los consumidores, estableciendo una correspondencia entre la producción alternativa y el consumo alternativo, en comparación con los mercados capitalistas.

Teniendo en cuenta esta acepción de los mercados solidarios, pero sin perder de vista nuestro abordaje fenomenológico, describiremos el espacio en el que se inscribe nuestro caso: el Mercado de Economía Solidaria Bonpland (en adelante, Bonpland).

Bonpland es un mercado que se encuentra en el barrio de Palermo Viejo (en su calle homónima, al 1660)¹⁹. Se trata de un espacio paradigmático para este tipo de organizaciones ya que surge a partir del intento de recuperación del espacio público por parte de la Asamblea de vecinos de Palermo Viejo en el año 2003. En este espacio se comercializan bienes de consumo variados como alimentos envasados, productos frescos de huerta y granja, artesanías, libros y textiles, entre otros.

Si bien el mercado, como tal, no tiene una figura jurídica específica, es gestionado por un grupo de organizaciones que funcionan como una cooperadora y obtuvieron, luego de un largo proceso de luchas y resistencias con el gobierno local, un permiso legal para su ocupación y usufructo. Las permisionarias son grupos asociativos y autogestionados con diferentes figuras jurídicas que se reúnen y deciden en asamblea.

En este viejo galpón cohabitado por diferentes emprendimientos de la ESC-Solidaria, circula un público diverso en busca de muchas cosas:

¹⁹ Ver Anexo 2: Fotografías de Bonpland

[...] para mí el Mercado de Bonpland es un lugar donde el consumidor resuelve su demanda de canasta familiar, pagando un *precio justo* que vaya lo más completo posible al productor (Leandro, consumidor, 35 años. El resaltado es nuestro.).

Todas las entidades que conforman hoy la comunidad del mercado, se rigen por los principios de la ESC- Solidaria, como la autogestión y la no lucratividad. Además, la organización bajo la forma de una cooperativa implica que haya un representante de cada una de ellas para tratar los temas comunes, relativos a la convivencia y al mantenimiento del espacio y también para interactuar con el Estado. Esta organización, según comentan, siempre es horizontal y, por lo tanto, demanda una inversión de tiempo y energía a la hora de debatir y ponerse de acuerdo:

[...] con mucho debate, como hay en todos lados. Vinimos creciendo, dándonos golpes, uniéndonos, saliendo adelante pero siempre teniendo en cuenta la alternativa económica que queremos, que es la del intercambio solidario de productos producidos autogestivamente. Es decir, la condición *sine qua non* para estar acá es que la producción sea autogestiva. Una vez que hay autogestión, lo que realmente nos resignifica y nos transforma en una alternativa es la organización para hacer intercambio de tipo solidario, por más gastada que esté la palabra “solidario”, más mal usada y mal apropiada, esa es nuestra realidad. Siempre autogestivos y luego organizados (Carina, asociada a otra cooperativa, 54 años)

Nos preguntamos, entonces, de dónde viene esta unión que pareciera sobrevivir a tantos debates y declives en la historia de Bonpland, esta convicción en el hacer dicha alternativa económica día a día.

Cuando consultamos acerca de la experiencia de la génesis de Bonpland, los actores sitúan su nacimiento luego de la crisis del año 2001, como producto de un proceso asambleario y de recuperación de un viejo mercado municipal. Mientras que algunos señalan en su relato la búsqueda de un canal de comercialización para sus productos en una época “de mucha necesidad”, otros indican que este proceso también fue ayudado por los vecinos a raíz de la imposibilidad de acceder a la compra de productos orgánicos²⁰ por sus precios altos en comercios de la zona.

²⁰ Si bien existe un amplio debate interno respecto de los productos orgánicos, debido a su proceso de certificación y a las prioridades que pueden simbolizar (el objeto por encima del sujeto), actualmente gran parte de los productos que se comercializan en Bonpland son de origen agroecológico. En aquel entonces, el barrio atravesaba un *boom* de “lo orgánico” y de “lo natural”, y eso es lo que refieren los vecinos cuando aseguran que buscaban a acceder a productos no industrializados a precios acordes a sus bolsillos.

La ocupación del espacio público y su posterior recuperación, mediada por el retorno a una lógica asamblearia para intervenir la realidad crítica, como hubiéramos mencionado más arriba, es uno de los aspectos siempre presente en sus relatos:

[...] estamos en un lugar público y eso es muy importante. Que estemos en lugares públicos, que esté esto y no las empresas privadas con trabajo alienado, sino esto con trabajo libre, voluntario, creativo, sin alienación y sin explotación (Carina, asociada a otra cooperativa, 54 años).

Este viaje en el tiempo a partir del relato de los orígenes de lo que hoy es Bonpland, siempre dibuja una línea imaginaria descendente. A partir de sus dichos y expresiones comunes, todos recuerdan con amargura y valentía aquel proceso de “estar en la lona” y rescatan el lazo comunitario que los unía como único sostén de sus acciones: “te sostenés solamente porque estamos con otros” sintetiza Carina.

Ese lazo es el que los mantuvo unidos y organizados a partir de la convicción en la autogestión. El sentido común que circula en torno al desacierto de la subordinación del trabajo al capital y de lo perjudicial que ha sido para sus vidas depender de ese sistema, es lo que refuerza esos saberes compartidos y restituye la trama social que, visto en perspectiva, tanto se había dañado.

En este sentido, podemos observar en dicho desarrollo histórico que, tanto en la meso-organización del mercado como en la micro-organización de cada una de las entidades que lo componen, se han dado procesos de institucionalización de los respectivos colectivos, a partir de los cuales cada grupo fue sedimentando los significados compartidos en una forma o figura que los represente.

3.2. El retorno a la idea de comunidad

Para profundizar nuestra preocupación por el par anonimato-empatía, en virtud del enfoque propuesto desde Schutz, consideramos importante contextualizar este sentido en clave urbana. Roberto Herranz González (2008) explica que la ciudad se convierte en el espacio de racionalización por excelencia ya que favorece la

determinación y facilita la vida mercantil a partir de una disociación entre productores y consumidores.

A partir de allí, podemos afirmar que existe una interacción entre la cultura objetiva y la cultura subjetiva que profundiza la especialización de los productores y deriva en una separación, haciendo de los consumidores una masa anónima e impersonal que contribuye a homogeneizar los deseos. Y es precisamente la oposición a esta dinámica del anonimato presente en espacios como Bonpland, en tanto característicos de la ESC- Solidaria, la que nos permite visualizar esta búsqueda de lo comunitario y empático.

En Bonpland además de los productores e intermediarios, también circulan los consumidores. Así como los primeros fueron los responsables de su creación y regulación, el sostenimiento y la viabilidad fueron asequibles a partir de la interacción con los segundos. Estos sujetos, los consumidores y las consumidoras, en el marco de un sitio como Bonpland, no sólo van a satisfacer una única necesidad, como puede ser la de ejecutar una transacción y salir del ámbito del intercambio. Lejos de eso, son personas que se acercan a reforzar vínculos de confianza, a resolver necesidades sociales y también a ejecutar un acto de compra con resonancias de acto político que, según sus criterios, refuerza y retroalimenta el círculo virtuoso de la ESC- Solidaria. Al respecto, una consumidora nos cuenta en el recreo de su taller:

[...] yo empecé siendo consumidora de muchos de estos productos y ahora estoy empezando a tejer con la idea de sumarme a la cooperativa para vender mis productos, ya que es un espacio donde una también puede encontrar herramientas y ayudar a que otros también trabajen. Eso es una red y nos permite sostener esa consciencia desde nuestro lugar [...] Acá hay muchas cosas para conocer y mucha gente linda también para conocer. Eso está bueno (Marisa, consumidora, 27 años)

Podemos ver que otro de los sentidos que también circulan entre los consumidores y las consumidoras, es la idea de encontrar personas que les hacen bien, gente que les resulta interesante y con quienes pueden detenerse a hablar, apoyados en una visión del tiempo diferente a la que podrían tener sobre otros espacios de

intercambio, ya que en el mercado solidario las personas planifican sus compras y se toman su tiempo, casi como un paseo.

[...] Pasa mucho acá, que venga uno, conozca a otro, empiecen a charlar y después se sume otro y van a otro puesto y están tomando una birra ahí tranquilos, se juntan, charlan. Es una cosa totalmente distinta. Acá se ve un montón, sobre todo los sábados. Debaten hasta de... ¡no sé! cómo se van a salvar a las ballenas. Y es muy rico eso porque en otro lado ¿cuál es la discusión? Uh voy a tardar un montón, mirá todo lo que compró este, uh, no me va a alcanzar la plata, mirá esa promoción, y chau [...] y están metidos hasta las narices en el sistema y no pueden salir". (Andrés, asociado de la cooperativa, 30 años).

Esta comparación permanente entre los mercados tradicionales (que representan el tipo utilitarista) y los mercados solidarios (que representan el tipo recíproco), empieza a mostrar con fuerza una inquietud permanente: la relación con el Otro. Así como en los mercados tradicionales hay una marcada distancia con las otras personas y no se evidencia interés por la construcción de un vínculo intersubjetivo, en los mercados solidarios, como fuimos mostrando a partir de los discursos de sus actores, nos encontramos con personas que se visualizan como parte de una red, que se buscan para conversar, que se interesan por el Otro.

En este sentido, además de los encuentros sociales, hemos visto que ese interés por el Otro también puede manifestarse a través del valor que se le asigna a los productos en base al conocimiento de su origen y condiciones de producción (autogestivo, sin explotación, cuidando el medio ambiente). Dichas valuaciones, en este caso no monetarias, contribuyen a acortar las distancias entre productores y consumidores, y generan interpretaciones singulares sobre aquellos sujetos que se sitúan en el otro extremo de la cadena.

[...] Cuando optamos por un producto está bueno también saber cómo se produce [...] que *detrás* del jugo que tomamos hay una familia que produce, que cultiva las manzanas, que las juntan y que hace toda la elaboración. Muchas veces nos pasa, por lo menos a mí me pasaba, de no saber... Estamos muy acostumbrados a ir a un supermercado y comprar. Y todo ya viene enlatado y prefabricado. Y no sabemos qué hay *detrás* de ese producto (Marisa, consumidora, 27 años. El resaltado es nuestro)

Como vemos, esta cercanía entre productores y consumidores no está vinculada con la búsqueda individual de optimizar el precio gracias a la eliminación o

disminución de los intermediarios, sino al reforzamiento de los vínculos y a ponerle rostro a los productos. Esta idea del “detrás” se repite constantemente en los discursos de todos los actores, como si fuera una búsqueda de volver a la ilusión de comunidad, en el medio de un barrio que se presenta anónimo y alienante. Como veremos en el próximo capítulo, el “detrás” es una dimensión simbólica que nos permite dar cuenta de la dinámica de la empatía como un rasgo típico del rol intermediario ya que hace las veces de nexo, no sólo de bienes materiales, sino de historias y personas. Y facilita a los sujetos la elección del copartícipe para compartir la vida social.

Por lo tanto, para concluir este capítulo, nos interesa resaltar las principales particularidades con las que nos hemos encontrado. En primer lugar, confirmamos que existe una vacancia en los estudios culturales de la ESC- Solidaria en términos de caracterización de la estructura social.

En segunda instancia, y para reforzar lo anterior, encontramos que el *corpus* teórico de este ámbito, compuesto por teorías y doctrinas institucionalizadas, abarca desde diversas tipologías de experiencias hasta teorías globales de un mundo más justo. Sin embargo, a la hora de describir y caracterizar a los sujetos (quienes siempre están “en el centro” de manera propositiva), hay sesgos significativos que nos impiden comprender sus estructuras de significado ya que las personas de la ESC- Solidaria son presentadas como una gran masa de sujetos similares, a pesar de que formen parte de diversos sectores económicos y asuman roles muy distintos. En el marco de estas reflexiones es posible preguntarse ¿cuáles son las singularidades de los roles que asumen las personas en los mercados solidarios? Para dar respuesta a este interrogante, en el próximo capítulo analizaremos justamente este aspecto, desde una perspectiva fenomenológica.

En tercer lugar, también nos parece pertinente recuperar el vínculo que existe entre los sujetos que protagonizan nuestro estudio con este marco teórico. Podemos afirmar que este *corpus* teórico caracteriza su encuadre cultural y tiene supremacía en la configuración de las prácticas (especialmente el concepto de reciprocidad).

Observamos que los discursos están constantemente atravesados por teorías y definiciones institucionalizadas, pero, luego de analizarlos en detalle, encontramos también que tales conceptos adquieren matices particulares, adecuaciones, resignificaciones y terminan cobrando nuevos sentidos a partir de los encuadres específicos de los grupos. De tal modo, si todos los sujetos de la ESC- Solidaria no son iguales, nos preguntamos ¿cuáles serán las interpretaciones y relevancias de aquellos que forman parte de los mercados solidarios? Este aspecto también será abordado en el próximo capítulo para avanzar en la comprensión específica de la estructura social de dichos mercados.

Por último, luego de analizar los rasgos propios de las acciones que se desarrollan en el marco del mercado de la ESC- solidaria, podemos afirmar que, desde un punto de vista teórico, éstas no se encuentran sujetas a la lógica económica utilitarista sino, por el contrario, a la de la solidaridad recíproca. Este binomio (reciprocidad-utilitarismo), tiene un carácter típico-ideal (principios que rigen las prácticas) y su compleja concreción y articulación en la práctica será el objeto de nuestra indagación empírica. Hasta el momento, según los discursos que anticipamos, hemos visto que mientras en el tipo utilitarista pareciera reinar el anonimato como pauta de socialización, en el tipo recíproco es la empatía la que cobraría centralidad en la construcción de los lazos sociales. En el capítulo siguiente mostraremos el modo en que esos tipos o principios cobran sentido a partir de la acción de los múltiples actores que forman parte del mercado que nos convoca. Esto lo veremos más en detalle a partir del análisis de cada rol en particular y del interjuego entre sus interpretaciones y relevancias.

Capítulo 3

Los resortes de la empatía en el mercado solidario

1. Acerca de los roles sociales

La presentación que acabamos de hacer sobre Bonpland nos muestra uno entre muchos tipos de mercados solidarios donde existe una marcada predisposición a definir las prácticas solidarias en oposición a las prácticas dominantes representadas por el anonimato y el egoísmo. En dicha autopercepción, en términos fenomenológicos, autotipificación, los sujetos se posicionan en el campo a partir de la conciencia sobre el lugar que ocupan en la cadena solidaria y no como meros participantes del “gran conjunto” de actores de la ESC- Solidaria. A partir de allí, estas personas reconocen sus motivaciones, sus prácticas y los tipos de relaciones que construyen con los demás.

En este capítulo describiremos la estructura de sentido de este mercado otorgándole plena relevancia a la perspectiva de los intermediarios, en función de sus diferentes tipos de interacciones: con los productores, con los consumidores y con sus pares. Para ello, primero vamos a explicar cómo abordaremos la problemática de los roles sociales, teniendo en cuenta nuestro enfoque, para luego describir esa red de tipificaciones de individuos (Belvedere, 2018) con sus patrones de cursos de acción, motivos y fines. Por último describiremos los roles específicos que surgen en torno a la figura de la intermediación y ahondaremos en las interpretaciones objetivas y subjetivas que nos permitirán comprender sus sistemas de relevancias y cómo estos contribuyen a activar los resortes de la empatía.

En primer lugar, nos preguntamos por qué hablamos de roles sociales y no de actores si lo que, en definitiva, queremos hacer es describir a estas personas que transitan los mercados solidarios. Justamente porque la noción de rol, en tanto forma tipificada de comportamiento, respeta el postulado de la centralidad de las personas que propone la ESC- Solidaria, ya que da cuenta de su realidad cotidiana al momento de encarnarlo, por sobre la concepción de actor en términos de quien ejecuta un papel diseñado (externamente) por un sistema para la consecución de metas económicas.

En breve, creemos que mientras el rol social respeta la perspectiva del sujeto, el actor es formado por quienes lo observamos. Por eso, para entender la estructura de rol social prestaremos atención a las habitualidades compartidas, al acervo social de conocimiento, a los procesos de autotipificación de las personas que lo asumen y a la comprensión de su dimensión institucional.

En este sentido, Belvedere (2018) señala que lo que muchos sociólogos denominan “rol” y “expectativa de rol” son generalmente tipos formados por otros sujetos pero que también, y principalmente, existen las autotipificaciones ya que el ser humano tipifica su propia situación dentro del mundo social y las distintas relaciones que tiene con sus semejantes y con los objetos culturales. De ello se desprende nuestro interés por el sentido subjetivo de quienes asumen voluntariamente los roles en estos mercados y no por el sentido objetivo tal como pudiera ser definido por un patrón institucionalizado.

En función de lo dicho anteriormente, nuestra investigación demostró la existencia de tres tipos de roles sociales en Bonpland, según el sistema de relevancias común de los miembros de este colectivo: productores, intermediarios y consumidores, que no son estáticos y se encuentran en permanente negociación. Estos tres roles sociales que surgen de sus propios discursos también hablan de las expectativas que debe cumplir cualquiera que los asuma, como patrones de interacción o maneras aprobadas socialmente para resolver los problemas típicos de un mercado

social según la concepción natural relativa del mundo, propia de este colectivo, sus usos y costumbres (su encuadre cultural).

1.1. Consumidores: ¿Por qué hacemos lo que hacemos?

Cuando preguntamos qué es lo que nos lleva a consumir de otra manera, transitamos por diversas hipótesis que abordan desde los aspectos éticos hasta los postulados más programáticos de corte contrahegemónico. Lo cual es esperable pues, como hemos visto, este panorama de experiencias se compone de diversas estrategias que, en tanto innovaciones sociales (Levesque, 2012), ponen en acción las subjetividades y aprendizajes de las personas, conforme sus diferentes trayectorias, necesidades y oportunidades.

Para organizar nuestra comprensión, al momento de hacerle esta pregunta a los sujetos, tomaremos de Schutz (1962) su distinción entre “motivos-porque” como categoría objetiva que se explica sobre la base de antecedentes, ambiente o predisposición psíquica de los actores, de “motivos-para” como categoría subjetiva que implica objetivos a alcanzar, fines a lograr. En este sentido, dice Schutz, “el genuino motivo 'porque' se refiere a experiencias de un pasado o futuro perfecto” (1962: 97), es decir, que por su estructura temporal sólo se revela a la mirada retrospectiva. Mientras que los motivos 'para' consideran “el proceso en curso de la acción que todavía está desarrollándose” (1962: 97), es decir, que por su estructura temporal sólo se revela a la mirada perspectiva futura.

Así es como podemos distinguir aquellas experiencias en las que sus motivos-para se alojan en lo que algunos autores han denominado como el campo de la remoralización de los mercados (Zick Varul, 2009) y la activación de valores (Beckert, 2009). Es decir, situaciones en las que atendemos en los discursos de los consumidores argumentos y significados que aluden ante todo a la finalidad social a la que están contribuyendo.

[...] es consumir pensando en el productor, porque comprando apoyás a los pequeños productores y, además, es una forma de bancar las iniciativas autogestivas que justamente se crean a partir de la no explotación y eliminan la intermediación lucrativa (Roxana, integrante de un grupo de consumo, 29 años)

Aquí la dimensión valorativa sobre los productores autogestionados y el circuito de comercialización no especulativo da cuenta de esta idea de “apuesta a futuro” y confianza en el carácter transformador del consumo, hacia un horizonte de mayor justicia. Este sentido de justicia, como ausencia de explotación laboral y permanente búsqueda de la equidad para la reproducción de la vida, comienza para ellos y ellas en el acto de compra como afirmación de un sistema solidario que requiere, para su sostenibilidad, la participación de todos los actores involucrados en la cadena.

Hay otros casos en los que los motivos-porque comprometen la acción a partir de circunstancias o situaciones típicas, tales como la imposibilidad material para acceder al mercado tradicional de bienes o la necesidad de integración en la trama social a través del intercambio de productos en los que el precio no se determina por su valor de cambio sino por las consideraciones éticas respecto del proceso y las condiciones de producción.

[...] Vengo porque me encanta. Compró acá porque me gusta, porque consigo cosas necesarias para mi alimentación que en otros lados no puedo pagar y, además, me encanta la onda. Las cosas tienen buen color, buen tamaño, y después cuando las preparo tienen buen sabor [...] Acá encuentro todo lo que yo hice siempre en mi cocina, por eso vengo tan a gusto, con buena compañía y en un buen lugar (Nelly, consumidora, 76 años)

En estos casos, los discursos de consumidores se encuentran más atravesados por la idea de necesidad u oportunidad que la de horizonte de transformación como en el caso anterior. El acto de compra, si bien no está desprovisto de una carga valorativa, activa otros sentidos de sus actores más relacionados con el significado del dinero en lo inmediato que en un proyecto a largo plazo.

Por otro lado, observamos que existe entre los consumidores y las consumidoras, un sentido de compromiso implícito con el colectivo con el que se vinculan y una

noción de la acumulación del impacto positivo que genera cada compra en el fortalecimiento del circuito de las cadenas solidarias:

[...] Se forman lindos grupos porque hay solidaridad y compromiso. Está bueno porque todos tiramos para un mismo lado. Y para mi el compromiso es fundamental. Si vos sos responsable y asumís que vas a comprar todas las semanas, lo ideal es que lo cumplas porque si no, perjudicás a todos los que están atrás de esto. Nunca hay que dejar de pensar en el otro. Obviamente hay equipos de trabajo atrás que nos transmiten el reconocimiento también y la buena onda. (Graciela, consumidora, 43 años)

A su vez, ese compromiso, pareciera estar relacionado con la reciprocidad de perspectivas y el reconocimiento, desde los respectivos roles, de la mirada que tiene ese Otro próximo sobre ellos. En este sentido, siguiendo a Schutz (1962), los mundos no son privados sino intersubjetivos, socializados desde el principio, y, por lo tanto, damos por sentada la posibilidad de intercambiar los puntos de vista. Por lo que, si productor y consumidor pudieran intercambiar sus lugares, presuponen que tendrían típicamente las mismas experiencias del mundo común. Los primeros, la dificultad de colocar su producción en el mercado a un precio justo; los segundos, la necesidad de encontrar productos que satisfagan sus demandas reales.

[...] Con nuestras acciones buscamos que esto influya directamente en la economía, en el espacio donde se produce, en el productor. Que no tenga que depender del precio de un mercado que nadie sabe quién los pone, y esa proximidad, esa cercanía facilita llegar a acuerdos más justos. (Luis, consumidor, 57 años)

[...] La sensación es que el mercado está en manos de un limitado número de multinacionales que controlan la distribución comercial y que lo hacen además sin integrar ese aspecto ético. Es verdad, están integrando cada vez más productos ecológicos porque el consumidor lo está demandando, pero realmente están muy distanciados de la sociedad y sus preocupaciones desde el punto de vista ético, solidario, ambiental y demás. (Eduardo, consumidor, 54 años)

Sostenemos, entonces, que esta reciprocidad de perspectivas, sumada a la posibilidad real de establecer relaciones de proximidad, abrevan nuevamente en este sentido de comunidad que venimos describiendo y que es altamente valorado entre los roles de consumidores. La trascendencia del mundo del Otro en el mío, y viceversa, habilita una experiencia mutuamente compartida, que nos trasciende en conjunto y funda la relación Nosotros, que llegamos a comprender por la simbolización, en este caso, de la comunidad.

[...] Lo que estamos proponiendo es sumar esfuerzos colectivos para buscar un buen vivir entre todos, volviendo a la tierra, volviendo al alimento, volviendo a la organización colectiva, en un espacio de rizoma, de intercambio de las ideas y las necesidades de todos como comunidad. (Sonia, consumidora, 42 años)

Como podemos observar, las motivaciones a la hora de consumir en un mercado solidario, exceden las búsquedas individuales, ya no sólo vinculadas a los aspectos materiales (como el monetario) sino incluso sociales. Al ingresar voluntariamente a este tipo de espacios, en un marco de bienestar y cooperación, las personas comienzan a visualizarse como parte de una comunidad y a simbolizar de manera típica los otros roles, asumiendo también sus problemas y vías de solución. Así, perciben la satisfacción de necesidades comunes sin caer en la explotación o sometimiento de los Otros, experimentando una sensación de equidad y justicia.

En efecto, la empatía no se manifiesta como la percepción del Otro, sino más bien como la comprensión del Otro. Basándonos en Schutz, comprendemos que las experiencias de cada individuo se dan de forma directa en relación a su propio flujo vivencial y que, por ende, no podemos “vivir” las vivencias ajenas. Del mismo modo, tampoco podemos reflexionar sobre ellas de modo idéntico a como el Otro lo hace. Sin embargo, al percibir las vivencias ajenas, cada individuo acompaña, significa y simboliza en base a experiencias pasadas sedimentadas, típicamente similares, agregando más información que la que le brinda el acto concreto del Otro. Así, la empatía es comprensión del otro porque respeta la brecha existente entre los individuos y subsume al objeto percibido a un esquema de interpretación disponible, es decir le pone un nombre, lo dota de sentido.

Como consumidora, no labro la tierra, no empaqueto un producto ni busco colocarlo en el mercado, pero puedo interpretar, basada en mi acervo de conocimiento (la información que me brinda el intermediario por distintos canales, como veremos más adelante), que aquel productor agrícola enfrenta las injusticias del modelo de comercialización dominante, que sus manos agrietadas son manos que trabajan la tierra incansablemente y que un sistema tan desigual le genera a esta persona sufrimiento.

Si bien el acceso a la subjetividad ajena es muy complejo, el pasaje del anonimato a la empatía que se da en el mercado solidario, nos permite significar y simbolizar sus vivencias. Y para realizar dicha operación es clave la disponibilidad de información, de experiencias típicamente similares, la cual es provista por actores clave como son los intermediarios.

De aquí se desprende que, en la práctica, la concreción del binomio reciprocidad-utilitarismo se alcanza a partir de la coexistencia de valuaciones monetarias y no monetarias, donde adquiere centralidad la idea ética de responsabilidad hacia el Otro. Pero esta responsabilidad, que en la literatura especializada aparece como “preocupación”, en el caso de los consumidores del mercado solidario se explica más bien por la idea de compromiso, de cara a un horizonte político.

En vinculación con esto, el Otro presente en los discursos es un Otro “cercano” con el cual compartir esos horizontes de justicia. En oposición al Otro anónimo del mercado tradicional, este Otro es alguien con quien puedo compartir mi mundo.

1.2. Productores: una organización que cambió sus vidas

Cuando indagamos sobre la forma de organizarse que tienen los productores que intervienen en los mercados solidarios y su mundo de sentidos, también encontramos diferentes tipos de motivos y sus respectivas valoraciones, sea cual fuere el rubro o sector al que se dediquen (apícola, horticultores, artesanos, etc.).

Mayoritariamente, las primeras expresiones que registramos siempre aluden a las condiciones objetivas, por considerar la unión horizontal con pares como una estrategia para acceder al mercado.

[...] todo lo que traemos lo producimos nosotros. Pero como no es mucha cantidad, porque proviene de huertas, costaba mucho sacarlo a la venta. Entonces esta fue una de las iniciativas para poder sacar nuestra producción [...] El trabajo colectivo y estar

organizados para nosotros es una ventaja terrible porque podemos sacar todo lo que producimos con las manos nuestras (Berta, productora agrícola, 57 años)

En este tipo de discursos, los productores siempre se definen como “pequeños” productores para distinguirse de aquellos otros actores que tendrían otras posibilidades y estrategias para vender sus productos. Ellos, en cambio, se reconocen como sujetos desfavorecidos por la estructura de comercialización dominante²¹ y sitúan en la autogestión y en la asociación la única salida viable y sostenible para sus emprendimientos.

En segunda instancia, hay otro conjunto de motivos, que van más allá de la eficiencia de sus unidades productivas. Tiene que ver con el orden subjetivo de la autovaloración y de la percepción de la equidad distributiva:

[...] para mí es una gran satisfacción, es donde ponemos el corazón de todo nuestro trabajo. Es una forma de reproducir mi propia vida, pero también de reproducir mi experiencia [...] A veces me quedo pensando en la gente que se va del puesto y se lleva algo, pienso en algunas personas más que en otras, porque con algunas hay *mucha empatía* porque se involucran de esa manera y vos lo percibís. Por eso, más allá de que sea mucho o poquito, lo lindo para nosotros, como para mí y mi compañera, es que la gente nos conozca y vea todo lo que producimos (Javiera, productora textil, 44 años. El resaltado es nuestro)

Este tipo de discursos, que ponderan motivos-para, argumentan que el involucramiento en el campo de la ESC- Solidaria es una decisión a largo plazo en el sentido de construcción de otro tipo de mercado, que sea más justo y valore el trabajo de las personas y los objetivos comunes. En estos casos, es muy común escuchar cómo las personas atribuyen que la cooperativa “les cambió la vida”, en el sentido de sentirse “dignificados” por trabajar de esta manera.

²¹ Este año el debate parlamentario acerca de la Ley de Góndolas 27545 expuso estas dificultades con el objetivo de bajar los precios (al aumentar la competencia de la oferta) y asegurar cierta participación en los grandes supermercados a pymes, mipymes y emprendimientos de la agricultura familiar en los rubros de alimentación, limpieza e higiene personal. Esta ley establece, entre sus principales puntos, la distribución, oferta y exhibición de productos en góndola de los grandes supermercados donde: la participación deberá involucrar a no menos de cinco proveedores o grupos empresarios, que el producto de un mismo proveedor o grupo empresario no puede superar el 30% del espacio disponible que comparte con productos de similares características, y que debe garantizarse la participación de productos elaborados pymes, mipymes y emprendimientos de la agricultura familiar, campesina o indígena, en un 25% del espacio. Si bien esta ley no resuelve los problemas de la escala de producción y el costo de la logística, ha puesto de manifiesto las operaciones concentradas de los grupos empresarios y de las grandes superficies de consumo.

En todos los casos existe una reivindicación de la reciprocidad y una trama de lazos de confianza sobre la que se asientan las estrategias. En este sentido, según lo que hemos observado, podemos afirmar junto a Pablo Guerra (2009) que, más allá del origen de sus motivaciones, todos los sujetos se reconocen como parte de un mismo movimiento en el que todos tienen igual grado de responsabilidad a la hora de producir, consumir, invertir, ahorrar, distribuir y comercializar.

Asimismo, de la investigación surge que en este ámbito se trasciende el altruismo liso y llano, ya que las estrategias son valoradas colectivamente como parte de un proyecto más amplio que los incluye a todos y todas por igual y donde los valores compartidos encuentran asidero en la ESC- Solidaria.

[...] decidimos unirnos a la economía social porque creemos que es otra forma de comercio, mucho más justo, donde se rescatan los valores tanto del que consume alimentos sanos como también del que decide apoyar al productor y darle su valor por el trabajo que realiza, de juntarse y trabajar por una causa en común (Sergio, productor apícola, 54 años)

Esta visión de conjunto como “sector” si bien no es homogénea y presenta variaciones en las percepciones de las personas, da cuenta de una ponderación de la autogestión como máximo valor y de una búsqueda de la equidad a través de dispositivos aprendidos colectivamente.

Como podemos observar, en el caso de los productores también se experimenta un cambio en la percepción del Otro, ahora mucho más cercano en comparación con las posibilidades que le puede brindar otro sistema de comercialización. Esta proximidad opera en los cambios de subjetividad y se pone de manifiesto también en las motivaciones hacia un horizonte político.

De esta manera, los roles autotipificados de productor y consumidor parecieran estar más cerca y con mayor predisposición a vincularse. Veremos cómo, a partir del rol intermediario, esto se hace posible.

1.3. Intermediarios: la ética de la responsabilidad por la vida en común

Cuando Razeto Migliaro (1994) describe el proceso de consumo, asegura que las personas y las comunidades no están motivadas exclusivamente por sus carencias, sino también por las potencialidades y capacidades que desean actualizar para poder hacer nuevas y mayores obras que expresen lo que son. Comprender esta fuerza es comenzar a adentrarse en el origen del caso que aquí estudiamos:

[...] algunos compañeros articulaban las compras para el resto y, cuando esta tarea empezó a demandar más tiempo, vimos que podía ser una opción de trabajo real y decidimos constituirnos de manera legal como una cooperativa [...] Lo único que teníamos era la confianza de las empresas recuperadas en nosotros y la nuestra en ellos (Andrea, asociada de la cooperativa, 31 años)

Andrés (asociado de la cooperativa, 30 años) recuerda que en el año 2010, mientras estudiaban en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires, él y unos compañeros decidieron reemplazar algunos productos que compraban en bocas de expendio tradicionales por alimentos que se elaboraban en fábricas recuperadas (salamines de Torgelón y chocolates de Arrufat). A partir de ahí, un mundo se abrió ante ellos mediante la organización del consumo, el involucramiento con este tipo de productores y el conocimiento de primera mano del circuito de los productos alimenticios que llegan a los hogares.

Tanto Andrés como el resto de las asociadas y los asociados de la cooperativa emiten un discurso desde el presente refiriéndose a una relación Nosotros proyectada en el pasado cuya acción ha culminado de manera exitosa. Y, mientras la experiencia permanece intacta en su recuerdo, a la hora de contarla, de revivirla, la reubican en el nuevo contexto del cierre temporal. Casualmente al recordar sus realidades sociales experimentadas posicionándose en una situación actual que condiciona sus recuerdos, advierten una convergencia con los problemas e intereses actuales del aquí y el ahora.

Durante el período de relevamiento, la crisis social y económica que atravesó la Argentina entre los años 2016 y 2019, próxima a una situación de emergencia a

causa del aumento del desempleo y la inflación, el incremento exponencial de las tarifas, la regresión en programas de ayuda económica y asistencia técnica, y la proliferación en el espacio público de medidas de fuerza y manifestaciones masivas de descontento y disputa, conllevan a una percepción de “ahogamiento” del sector cooperativo y asociativo y de necesidad de fortalecimiento de vínculos para resistir los embates de la realidad que es percibida como adversa.

En efecto, si bien la percepción del contexto actual es similar (no idéntica) a la percepción del contexto de surgimiento de la cooperativa, lo que se ha modificado en los sujetos son los esquemas de interpretación del mundo gracias a la variación del acervo de conocimiento. El camino que han recorrido, visto de una perspectiva actual, les aportó no solo la conciencia de una experiencia exitosa a la hora de resolver determinadas necesidades en un mundo adverso, sino también una serie de conocimientos, capacidades y habilidades técnicas, sociales y políticas, que necesariamente modifican la mirada retrospectiva y los proyectos del colectivo.

Y es a partir de este punto de interpretación que puede explicarse la metamorfosis institucional que también ha sufrido la cooperativa, por un lado, a partir del contexto subjetivo de sentido de los actores conforme fueron mediando sus necesidades con las oportunidades que se les presentaban y, por otro lado, habilitado por los hechos objetivos impuestos por la legislación vigente y la normativa del sector. Resultando, de esta manera, una serie de regulaciones institucionales que, como hemos mencionado anteriormente, transitaron desde la experiencia de una cooperativa de consumo hacia una cooperativa de trabajo²².

Por otro lado, sería muy difícil explicar la madurez alcanzada y autopercebida por ColSol de manera escindida del proyecto político que lo sostiene. En diez años de

²² Es destacable esta modificación en las regulaciones institucionales porque el viraje de un tipo de cooperativa a otra, si bien mantiene las generalidades de la no finalidad de lucro, el gobierno democrático y la búsqueda del bien común, indican un cambio sustancial en la estrategia. Como hemos dicho, en la cooperativa de consumo los actores que se agrupan son los consumidores y el acto cooperativo resulta de socializar la compra; mientras que en la cooperativa de trabajo quienes se agrupan son las personas trabajadoras y su tarea, en este caso, es la actividad de comercialización, pasando a convertirse en consumidores otros agentes, distintos de ellos. El objetivo político y cultural de erradicar la intermediación especulativa y fortalecer a los productores de la ESC Solidaria se mantiene, pero la estrategia se modifica sustancialmente.

trayectoria, este colectivo atravesó diferentes etapas en su organización que se fueron cristalizando a partir del proceso de institucionalización que el propio campo de la economía social y solidaria requiere. Estos se constituyeron en hitos de la biografía común y al mismo tiempo colaboraron en la construcción de su identidad y de los significados culturales que comparten.

ColSol toma entonces esta figura asociativa y la demanda, a su vez, a los productores con los que interactúa. El requisito elemental del origen de los productos que comercializan es su procedencia de proyectos genuinamente asociativos y autogestivos porque consideran “que la alternativa debe ser colectiva y no individual” (Andrea, asociada de la cooperativa, 31 años). De modo que este mecanismo o forma de vincularse activa aquella sinergia colectiva de la que hablaba Mance (2006), prestando especial atención a la integración de la mayor cantidad posible de eslabones que conforman la cadena productiva.

Dado su rol de intermediario, ColSol se encuentra atento a las necesidades y demandas tanto de los productores como de los consumidores y, además de acortar las distancias en términos reales u objetivos mediante la supresión de otros intermediarios, también se preocupa por desempeñar una función a caballo entre la pedagogía y el llamado a la acción.

Esto lo pudimos ver a través de las actividades que se realizan en el Mercado de Bonpland (tales como charlas y conversatorios sobre temas de interés general, desde una perspectiva crítica) como mediante las visitas que realizan los asociados y las asociadas a los diferentes emprendimientos productivos en sus distintas etapas (por ejemplo tanto para los que comienzan y se quieren incorporar a la cadena como quienes ya forman parte del listado desde hace años).

Ser intermediarios supone entonces, desde la perspectiva subjetiva del endogrupo, este esquema de responsabilidades asumidas, en donde además de la preocupación por la sostenibilidad del proyecto (que es su medio de vida), existe una

posición tomada que orienta la acción hacia la construcción de otros vínculos entre las personas.

Las relaciones que se establecen son generalmente de tipo cara a cara y resultan de procesos de coexistencia y simultaneidad de los extremos de la cadena acortando no solo las distancias físicas (del campo a la mesa), sino también las temporales (de la semilla de la fruta a la mermelada envasada), construyendo, así, un otro vívido con el cual interactuar.

Resaltamos, por lo tanto, que, en el ámbito de la ESC- Solidaria, es central la relación Nosotros, a diferencia del resto de los mercados en los que predomina la relación Ellos, más vinculada al anonimato. Mientras que en la primera es característico el dominio cara a cara y, por lo tanto, se constituye por una conciencia vinculada a la realidad social directamente vivenciada, en la segunda lo hace por una conciencia vinculada a la realidad social indirectamente vivenciada.

En este sentido, para Schutz (1964) cuando nos orientamos en una relación Nosotros, nuestra experiencia de un semejante se modifica y enriquece constantemente a partir de la experiencia compartida; con ello, nuestro acervo de conocimiento y nuestro esquema tipificador aumenta. Sin embargo, en una relación Ellos no es posible saber si la interpretación del mundo de un copartícipe es congruente con la mía.

Esta relación Nosotros que aquí observamos es, además, recíproca (Schutz y Luckmann, 1973) y sus contenidos pueden variar según el grado de inmediatez de la vivencia del Otro. Así, CoSol pivota alternadamente con sus interlocutores construyendo un flujo de conciencia mutua donde el otro es un semejante que experimenta de manera simultánea el carácter transformador de la ESC- Solidaria, en general, y del proyecto político de comercialización solidaria, en particular.

En un extremo se encuentran los consumidores, preferentemente (aunque no de manera exclusiva) visualizados como sujetos colectivos (los grupos de consumo),

que se acercan a ColSol porque propenden a un consumo crítico que cuestiona qué productos se comercializan, cómo son producidos, por quiénes y bajo qué condiciones llegan hoy a sus manos.

En el otro extremo se encuentran los productores que también son sujetos colectivos que organizan su trabajo de manera asociativa y democrática para producir de manera sustentable (en términos medioambientales), sostenible (en términos de perdurabilidad de proyecto humano) y colocar su producción en dispositivos que pongan en valor dichas estrategias mediante una consideración respetuosa de su trabajo.

Y en el medio de ambos, ColSol, que también cooperativiza su trabajo y construye de manera crítica una mirada sobre los procesos de producción, distribución y consumo, e introduce, al mismo tiempo, la problematización de los objetos económicos, como es el caso del proceso de construcción de los precios y su modo de informarlo.

Como podemos observar, de la experiencia relatada por los propios sujetos del mercado solidario, el rol intermediario posibilita una construcción grupal o identitaria de las prácticas de la reciprocidad en oposición a las prácticas del utilitarismo y habilita, como consecuencia, un pasaje del anonimato a la empatía en la experiencia que tienen los roles situados en ambos extremos de la cadena solidaria. Este pasaje del anonimato a la empatía, que permite comprender al Otro y dotar de sentido al intercambio, sólo es posible gracias al rol intermediario que permite la disponibilidad de información para realizar tal operación. Mostraremos en este último sentido, que el interjuego de estas experiencias compartidas, interpretaciones y cursos de acción, guía dicha comprensión de su mundo y le da sentido a sus acciones, con una clara orientación política.

A continuación, para profundizar nuestro estudio acerca de estos significados que circulan a partir de la interacción entre los roles sociales identificados, describiremos las interpretaciones subjetivas y objetivas, y las relevancias intrínsecas e impuestas.

Así, lograremos una mayor aproximación a la comprensión de los motivos y fines que guían la acción del rol intermediario.

2. Interpretaciones y relevancias en torno al rol intermediario

Para desarrollar este apartado, entendemos que es primordial la distinción entre puntos de vista del endogrupo y el exogrupo. El primero está conformado por un Nosotros, que en este caso es ColSol, y cuyas relevancias presentes en los discursos, son intrínsecas, es decir, genuinamente propias. El exogrupo, por su parte, está conformado por un Ellos, que en este caso puede ser menos anónimo, como los consumidores y los productores, o bien sumamente anónimo, como el resto de los agentes económicos. De estos exogrupos las relevancias que parten hacia el endogrupo se perciben, por lo tanto, como impuestas.

De modo que mientras las relevancias intrínsecas refieren a una zona de intereses comunes que decidimos elegir para resolver un problema, las relevancias impuestas son vacías porque no se vinculan con nuestros intereses y nos ponen bajo su control con escaso margen o libertad para modificarlas. Es la negociación entre estas relevancias la que nos interesa indagar reflexivamente, a la luz de las interpretaciones subjetivas (las del endogrupo o Nosotros) y objetivas (las del exogrupo o Ellos).

En este sentido, siguiendo a Barber (1991), lo que usualmente interesaría a un investigador social clásico serían los esquemas de orientación y los patrones de comportamiento o formas de vida. Sin embargo, para Schutz estos son medios para traer a la luz el punto de vista subjetivo del Otro, el cual se desvanece habitualmente en la actitud natural por las tipificaciones, moralidades y mitos centrales de aquellos grupos externos al propio. Por lo tanto, con la expresión “punto de vista objetivo”, Schutz se refiere a la interpretaciones de los grupos externos al propio²³.

²³ Consideramos que esta aclaración es válida en tanto evita cualquier confusión acerca de que el punto de vista del exogrupo es más “objetivo” en el sentido de más “certero” que el punto de vista del endogrupo.

Si entendemos el sentido subjetivo que el grupo tiene para sus miembros en términos de Schutz (1964) es posible afirmar que este consiste en su conocimiento de una situación común y de un sistema común de tipificaciones y relevancias, compartido y atravesado con los propios cuerpos en las respectivas biografías individuales, determinando una naturalidad relativa y común del mundo sobre la cual se asientan una serie de hábitos y costumbres, que atraviesan distintas etapas de institucionalización y los ayuda a entenderse.

En función de lo dicho anteriormente, surge de nuestra investigación que ser parte de una organización que busca, a partir de sus prácticas cotidianas, desplazar el sistema de comercialización lucrativo es una de las interpretaciones subjetivas de mayor peso en el endogrupo oponiendo un Nosotros voluntario y autogestionado que vive de su trabajo a un Ellos lucrativo que maximiza sus ganancias a partir de la especulación y la confusión.

“Yo no soy tributarista, lo aborrezco, pero si creo que este sistema algún día puede reemplazar al hegemónico, esas reglas las tenemos que compartir” dice Andrés, firmemente convencido de que el grupo que conforma ColSol no solo se distingue, por oposición, al sistema dominante, sino que también conoce sus reglas y los modos de convivir con otros actores económicos que marcan las regulaciones.

Así, todos los miembros de ColSol mediante una autotipificación homogénea, explican que su organización es un proyecto al cual hay que apostar para conseguir, más tarde o más temprano, la victoria de un sistema de intermediación más humano. Y como parte de ese proyecto, además, entienden que hay una serie de pasos a conseguir y sostener, tales como la construcción de la propia imagen como entidad formal que cumple con las regulaciones estatales.

Esto se debe a que circula un sentido objetivo, de mucho peso, acerca de este tipo de organizaciones, que las caracteriza como informales, precarias y que no tributan

impuestos (lo cual es inexacto)²⁴, posicionándolas en un lugar de “ventaja desleal” respecto de otros agentes económicos que sí tributarían impuestos. Y es a partir de esta situación que el grupo define los roles y posiciones de sus integrantes (como alguien que se ocupa de la contabilidad y administración, otra personas de las relaciones políticas, otro de la logística, etc.) y, al mismo tiempo, el parámetro de estatus de los grupos exógenos con los que se los compara.

En segundo lugar, para continuar con nuestro análisis, mostramos en la siguiente figura un panorama de otras relevancias, tipificaciones y significados asociados al rol de intermediario que conforman esta autotipificación:



Figura 3. Significados subjetivos del endogrupo. Elaboración propia a partir de fuentes primarias²⁵.

²⁴ La tributación de impuestos en el caso de las cooperativas siempre ha sido un tema coyuntural, especialmente por el desconocimiento que existe sobre la Ley de Cooperativas 20.337 y, en consecuencia, una tendencia generalizada de la opinión pública a comparar estas entidades con sus “pares más próximos” y su respectiva regulación (como podría ser una PyME). En 2018, por ejemplo, a nivel parlamentario se dio un intenso debate acerca de la tributación del impuesto a las Ganancias, por confundir a las empresas cooperativas con las empresas lucrativas. En el caso que aquí trabajamos, los miembros de ColSol explican con sumo detalle la composición de pagos, retribuciones y reservas del excedente que hace una cooperativa de su estilo: “Nosotros tenemos que pagar IVA, tenemos que hacer balances anuales, tenemos un patrimonio, tenemos que destinar el 5% al fondo educativo, 5% para reserva legal y 5% al fondo de asistencia laboral, tenemos la cuenta bancaria, el impuesto al cheque, las transferencias, bueno, un montón de cuestiones que nosotros tenemos siempre al día. Pero al día, al día. Ningún problema, ninguna inconsistencia, nada.” (Andrés, asociado de la cooperativa, 30 años).

A partir de esta creación conjunta del sistema de tipificaciones y relevancias, que es dinámica, cada miembro individual define su situación y posición en términos de institucionalizaciones que deben ser interiorizadas tanto desde el marco general como desde el marco particular, lo cual señala una singular trayectoria en nuestro caso ya que los integrantes de ColSol también forman parte de otras cooperativas, remitiendo todos los grupos al conjunto más amplio representado en el movimiento cooperativo del cual todos son un elemento.

En este sentido, recordamos con Schutz el trabajo de Simmel acerca de la intersección de los grupos sociales de los cuales puede formar parte un individuo, según las partes de sus personalidades que se pongan en juego. En el caso de ColSol, más que una intersección advertimos una superposición o concentración de grupos con las mismas pautas institucionalizadas que, tal como hemos sugerido más arriba, por tratarse de grupos voluntarios, sabemos que los individuos tienen libertad para decidir a qué grupo pertenecer y qué rol asumir. Y por tratarse todos estos grupos como parte de un mismo sistema, resulta significativa esta elección reiterada de los sujetos que pareciera reafirmar, con cada círculo superpuesto, una serie de valores y creencias que consolida esta relación Nosotros no lucrativa y recíproca. Al respecto, dice una asociada a la cooperativa:

[...] ColSol es una cooperativa con una estructura organizativa que pocas veces vi en proyectos anteriores. Roles claros, horarios que se cumplen y siempre metas a mediano y largo plazo. Ese nivel de organización permite el crecimiento constante, a pesar de las dificultades de la época. Además no existen compañeros (por más históricos que sean) que concentren contactos e información para la toma de decisiones. Tenemos en común la misión de toda cooperativa de trabajo: lo humano por sobre el capital. Por mi experiencia en el sector (formé parte de cuatro cooperativas y prensa en una confederación) no existen cooperativas de trabajo iguales ya que varían los grupos humanos y la misión de cada proyecto (Lucía, asociada de la cooperativa, 29 años).

²⁵ Este gráfico se elaboró a partir de un análisis de contenido de las entrevistas a los asociados de ColSol y muestra, según el tamaño de la fuente, la frecuencia de los términos enunciados en sus discursos (cuanto más grande se ve una palabra, como “proyecto” o “autogestión”, significa que esta fue más repetida). Si bien nuestro trabajo no se apoya sustancialmente en este tipo de técnicas, luego de repasar las entrevistas y de percatarnos de la repetición de ciertas palabras, nos pareció relevante e ilustrativo mostrarlo de esta forma.

Asimismo, la interpretación del grupo elaborada por un Ellos próximo, como sus consumidores, si bien nunca coincidirá plenamente con la autointerpretación del endogrupo, ofrece una serie de tipificaciones y relevancias bastante similar, en términos de horizonte político como mayor valor de la organización, de homogeneidad en términos generacionales y de apuesta pedagógica y militante. Sin embargo, si bien el aspecto político-militante por un consumo transformador es claramente identificado por el exogrupo, su valoración no siempre es la misma. En ciertas ocasiones es percibido de manera negativa, pero no por oposición a los ideales (ya que son compartidos), sino por críticas a la metodología del grupo.

Estas tipificaciones, por supuesto, al ser extrañas no tienen demasiada incidencia en la organización ya que no anulan las categorías que han creado de manera conjunta. En tal caso, se presentan como aspectos para discutir, pero terminan diluyéndose ya que en las instancias cara a cara del endogrupo con el exogrupo esta situación no llega a darse, de modo que CoSol reafirma su sistema de tipificaciones en la resistencia política a partir de la generación de trabajo autogestionado (ya sea el trabajo de los propios integrantes como el trabajo de los productores con los que interactúan) y la toma de decisiones colectiva como único sistema.

Con respecto a esto último, la primacía de un sistema colectivo en la toma de decisiones, da cuenta de una igualdad que estriba en un dominio homogéneo constituido por la interpretación subjetiva de los miembros (relevancias intrínsecas) y no por una tipificación impuesta (relevancias impuestas), como podría darse en otros grupos atento el marco regulatorio institucional. Tal vez por tratarse de un grupo pequeño en cuanto a cantidad de integrantes, la igualdad no es un aspecto aspiracional en donde existe una porción del grupo que aspira a ser tratado como otro, sino que se da, de facto, en todos los aspectos de la organización²⁶.

²⁶ En (escritos II) Schutz desarrolla la distinción entre la igualdad a que se aspira y la igualdad a conceder, explicando que que nadie está satisfecho con la posición que ocupa respecto de sus semejantes y la búsqueda de una posición más favorable en algún sentido. La explicación que realiza se basa en ejemplos de grupos donde existe la subordinación y la pugna entre individuos por la superación. Sin embargo, en nuestro caso la estructura del endogrupo y sus roles están definidas por

Más allá de la horizontalidad en la toma de decisiones, las pautas de interacción se distribuyen de manera equitativa y no existen diferencias en su valoración, retribución o expectativas. No existe un sistema de jerarquía o subordinación de posiciones, pues cada rol se ajusta a la autotipificación de cada integrante y se desarrolla de manera compatible con los demás roles, en función de un equilibrio que asegura la horizontalidad en todos los procesos.

2.1. Las interpretaciones acerca del horizonte político

Hasta aquí hemos visto que el “mito central” de ColSol, es decir su autointerpretación como grupo, se edifica preeminentemente sobre un programa de transformación del sistema económico dominante, que aquí reconocemos como del tipo utilitarista. Esta aspiración se basa en la autointerpretación que da el endogrupo al mundo supuesto, que es de una economía circular (del tipo recíproca) en donde la intermediación solidaria (que es lo que su acción colectiva habilitaría) discute y ofrece alternativas tanto al proceso de consumo como al proceso productivo.

En este sentido, que la toma de decisiones sea asamblearia, la propiedad sea colectiva y el trabajo autogestionado, no resulta anecdótico y representa para ellos más que un discurso o una propuesta teórica: es su propia realidad. Son regulaciones básicas para su concepción natural de la organización del trabajo y las relaciones. Pero hay, además, un aspecto distintivo en este grupo que reside, como hemos dicho, en su interpretación política del horizonte del sector cooperativo.

Para comprender la importancia de este aspecto en el contexto de las organizaciones de la ESC- Solidaria, recordemos con Julia Strada Rodríguez que este tipo de propuestas que buscan “ser mejores que el capitalismo” (2012: 50) si se encuentran despojadas del componente anti-sistémico, resultan solamente un

la horizontalidad, donde no hay jefes ni empleados, superiores ni subordinados. Este esquema de experiencias configuran el significado de la igualdad como una construcción de sentido común.

conjunto de técnicas de intervención pasibles de ser apropiadas y colonizadas por estrategias adversas, contrarias justamente al debilitamiento del capitalismo.

El desarrollo de Strada Rodríguez en esta línea es muy claro. Preocupada por la subjetividad como punto de llegada estratégico “sobre el que recaen efectos de poder y saber” (2012:50), la autora asegura que la ESC- Solidaria, en tanto propuesta latinoamericana para disputar con el capitalismo como modo de acumulación dominante, presenta serias contradicciones y falencias tanto desde su propuesta teórica como en el plano de la implementación pragmática.

Esto se debe a que la “alternatividad” *per se* no basta, ya que esta también se ha desplazado a las racionalidades políticas, hoy neoliberales, y por lo tanto existe un riesgo de colonización de los discursos de la ESC- Solidaria y de la idea de comunidad²⁷ a partir de la necesidad de regenerar los lazos sociales que se resintieron con las sucesivas crisis y hoy contribuyen a la formación de un contexto de fragmentación, alta conflictividad social y un preocupante efecto en la gobernabilidad sistémica.

Más allá del *boom* comunitario que atraviesa nuestra época actual, en el caso de ColSol este sentido de comunidad da cuenta no sólo de la reconstrucción de los lazos sociales, sino de manera más enraizada, la construcción de un Nosotros en tres tiempos, que combina la evocación nostálgica de un pasado comunitario (más empático, menos anónimo), con la certeza de un presente distinto (otra manera de vivir, trabajar y consumir) y un futuro promisorio (el horizonte utópico), en el terreno de lo que podría ser, en términos políticos y culturales. Como consecuencia, esta forma de comunidad es una socialidad en clave de “empatía comunalizada” (Maffesoli, 1993:151) en la que las personas se pierden en el Otro más por una ética proxémica que por una moral impuesta de arriba hacia abajo.

²⁷ Recordemos cómo en el capítulo anterior Carina, una asociada a otra cooperativa, subrayaba la utilización indiscriminada e inexacta del término “solidario” por parte de Otros (ajenos, externos, anónimos) mientras que para Bonpland esa es la realidad socialmente compartida.

Ya en la obra de Schutz aparecía la prioridad de lo comunitario respecto de lo individual. En efecto, Belvedere (2006 a) nos explica que la experiencia inmediata y genuina del Otro en nuestra esfera mundana no puede ser negada y al reconocer al Otro como un semejante con quien comparto simultáneamente el presente vívido, se funda la comunidad. Tenemos algo en común, la semejanza, que conlleva una incuestionable igualdad y asume la forma de fraternidad habilitando el tránsito de la intersubjetividad a la ética y de la ética a la política cuya causa final es la alteración de lo histórico mundano “sólo a partir de la moral es posible pensar en transformar el mundo, y sólo así hay razones para alzarse contra la injusticia y la inequidad existentes” (2006 a: 122).

Así lo explica Andrea, cuando hablamos respecto del horizonte de acción de ColSol y de cómo las relaciones de comunidad configuran un endogrupo entendido como un ser, actuar y permanecer juntos en el tiempo (Geicsnek, 2010) o, dicho en sus palabras, cómo la compra individual es el primer paso para poder juntarse con otros:

[...] tradicionalmente el consumo, lo que tenemos incorporado todos culturalmente, es ir y mirar el precio. Sabemos leer como consumidores únicamente el precio Y esa es la principal ruptura a la que nosotros apuntamos [...] Seguro que es importante el precio si queremos que este tipo de productos llegue a todos los sectores sociales, pero no solamente eso. Entonces que la mirada del consumidor pueda superar esa lectura del número y pensar qué hubo *por detrás*, es el cambio más fuerte que apuntamos a dar, que sabemos que está muy lejos, pero que si lo hacemos de a poco podemos ir cooptando consumidores que se empiecen a preguntar por el proceso (Andrea, asociada de la cooperativa, 31 años. El resaltado es nuestro)

Entonces, aquí vemos la importancia de las interpretaciones del endogrupo acerca del horizonte político, puesto que esta interpretación subjetiva, más que la de un *homo emprendedor* (Coraggio, 2005), es la de un colectivo que asume que está presentando estrategias concretas para disputar con el capital aún pasando “la prueba del mercado” representada en la producción con eficiencia y sin búsqueda de lucro.

Así, las interpretaciones subjetivas y las relevancias intrínsecas de ColSol van configurando su forma de comprender el mundo y de comprender al Otro en ese

mundo compartido. En función de ello, orientarán sus acciones hacia un horizonte compartido en el que se busque la concreción de su proyecto de transformación total del sistema económico actual. Para comprender estas operaciones, recordamos con Schutz:

[...] Que el conocimiento socialmente aprobado y derivado sea o no un conocimiento verdadero, carece por completo de importancia para describir el mundo que una sociedad en particular presupone. Si se los *crea* verdaderos, todos los elementos de tal conocimiento, incluyendo las referencias apretentadas de cualquier especie, son componentes reales del modo en que los miembros del grupo “definen la situación”. (1962: 337)

De este modo, consideramos que la experiencia de ColSol no es una propuesta latente, sino una estrategia actual y la preocupación de sus integrantes es justamente la de sumar personas a este sentido de verdad, acerca de esta otra forma de producir y consumir que se encuentra como un punto intermedio entre la integración al mercado y el aislamiento de los emprendimientos solidarios, como una solución no capitalista a un problema capitalista.

Veremos ahora cómo se construye entonces ese horizonte de acción y cuáles son las singularidades que encontramos para determinar que este es un proyecto orientado a fines de alteración de lo histórico mundano.

2.2. “Hacer justicia por compra propia” como horizonte de acción

“Hacé justicia por compra propia. Animáte a un consumo diferente” es el lema bajo el cual ColSol se presenta ante otros grupos invitándolos a participar de su proyecto de acción, manifestando que su propuesta reside en entender al consumo como una cuestión política en términos del destino de los recursos económicos de todas las personas que se encuentran en situación de mercado. Pueden elegir entre la adquisición de bienes mediante un agente que opera en el sistema productivo concentrado (del tipo utilitarista), o bien destinar dichos recursos a un sistema alternativo de producción y de consumo (del tipo recíproco). Consideran que si

sucede esto último, se lograría concretar una real incidencia tanto en la producción como en la distribución.

De aquí se desprenden cuestiones interesantes respecto de la elección entre diversos proyectos de acción y que hacen al modo de ver de los integrantes de ColSol, es decir, de sus interpretaciones subjetivas en el tiempo vívido²⁸, y de esa forma intentaremos aproximarnos al proceso mediante el cual estas personas determinan su conducta futura después de haber considerado diferentes cursos de acción posibles.

Para Schutz (1962:94) una acción futura, proyectada, puede o no tener un propósito y esto es lo que distingue las acciones latentes de las manifiestas, siendo estas últimas las que aquí nos interesan ya que son las portadoras de una intención de modificar el mundo externo, a partir de transformar lo premeditado en un objetivo y el proyecto en un propósito. Siguiendo este razonamiento, cuando proyectamos acciones futuras, debemos situarnos imaginariamente en un tiempo en el que esta acción ya se habrá materializado y de esta manera únicamente podemos reconstruir los pasos aislados que llevarán a ese acto futuro.

El desandar del camino hacia la “Justicia” enarbolado por los integrantes del endogrupo, determina entonces la perspectiva temporal inversa para identificar las características que debieran tener las pautas de consumo, de distribución, de producción, de compra de insumos, etc. que hacen al cumplimiento de la Justicia en todas sus fases.

Esto es posible a partir de las tipificaciones que hemos mencionado anteriormente: basando el conocimiento de actos efectuados con anterioridad y situaciones (o rasgos de ellas) que son típicamente similares al proyectado (como podría ser, por

²⁸ Conforme la definición de Schutz, el tiempo vívido es un flujo que se origina en la intersección de la *dureé* y el tiempo cósmico, es decir, en la simultaneidad que experimentan las personas entre las acciones ejecutadas en el tiempo exterior y las acciones proyectadas en nuestro tiempo interior o flujo de conciencia.

ejemplo, la experiencia del comercio justo), es que los actores pueden proyectar su noción de justicia por compra propia.

Para continuar, Schutz dice que “el proyectar, como cualquier otra forma de anticipación, lleva consigo sus horizontes vacíos, que solo llenará la materialización del suceso anticipado” (1962: 96), lo cual queda expresado en el Proyecto mismo de ColSol:

[...] nos orienta la certeza de que con el acto de compra que ejercemos día a día, podemos tomar la decisión de revertir la opresión que atraviesan muchos productores, colaborando en la construcción de prácticas socialmente justas y responsables (Documento “Proyecto general. Propuesta”)

El acervo de conocimiento a mano del cual disponen los integrantes del endogrupo, asegura que dicho proyecto se exprese en modo potencial, en términos de alcance real, ya que la acción proyectada (o al menos una de su tipo) habría sido factible, de la misma manera que la disponibilidad de sus medios y fines.

Como hemos mencionado, estas personas forman parte de otras entidades cooperativas a la vez que han atravesado en sus propias biografías (como protagonistas o tomado conocimiento de ellas) por situaciones típicamente similares, exitosas en cierta medida en el pasado.

Debido a ello, la practicabilidad de su proyecto depende de dos conjuntos de experiencias: el mundo presupuesto y la situación biográficamente determinada. El mundo presupuesto fue para la gesta de ColSol el conjunto de experiencias incuestionadas que representaba el asociativismo y la autogestión. Aunque ellos no hubieran formado parte de una cooperativa (sea de consumo o de trabajo), sabían qué era una cooperativa, cuáles eran sus dinámicas, mecanismos y regulaciones, conformando entre todos (todo aquel que conforma ese Nosotros) una experiencia incuestionada de una cooperativa típica. Resultando de ello una estructura socializada que le da a este tipo de conocimiento un carácter objetivo y anónimo.

La situación biográficamente determinada, a su vez, pertenece al conjunto de experiencias tanto del mundo laboral como de los ámbitos de consumo que los integrantes del endogrupo tipifican como impuestos o controlables. Estos últimos, que son pasibles de estar bajo el control de un Nosotros, serán aquellos modificables a los cuales apuntará el proyecto del grupo, entendiendo que toda acción que suceda en aquella porción del mundo que se encuentre bajo mi control (real o potencial) será practicable.

Andrés, por ejemplo, como empleado de supermercado no podía decidir el modo en que sus patronos le imponían “ser una máquina”, a él y a sus compañeros, pero sí podía controlar los modos de trabajar en esta nueva cooperativa que iban a conformar, tanto por el tipo ideal de las cooperativas cuanto por la sedimentación de todas las experiencias subjetivas anteriores relativas al mundo del trabajo de las personas que integrarían el proyecto.

De la misma manera que comprando en un supermercado no podían controlar la política de *dumping* que se ejercía sobre los productores, pero sí podían controlar los términos de compra a partir de este nuevo grupo, buscando más que una transacción justa, el camino a la equidad y la militancia en pos de que la ESC-Solidaria se convierta en una alternativa real de trabajo.

No obstante la certeza del endogrupo acerca de su horizonte de acción, en ciertas ocasiones los integrantes de ColSol debieron deliberar y reformular el camino a seguir a partir de la modificación de elementos significativos para el propósito a mano. Por ejemplo, llegado el momento de resolver la situación del trabajo en la organización del grupo, se encontraron frente a una situación de duda al presentarse una verdadera alternativa: continuar como cooperativa de consumo y emplear personas, bajo relación de dependencia, para que realicen estas tareas, o bien constituirse como cooperativa de trabajo para autoemplearse en la realización de dichas tareas y generar, además de otra forma de consumir y producir, otra forma de trabajar. La decisión por esta última alternativa es lo que unificó este curso de

acciones hacia el mismo horizonte planteado inicialmente, ahora con nuevos elementos significativos.

Si bien al momento de proyectar no existían estas alternativas problemáticas entre las cuales elegir (pues se había escapado al curso imaginario de las acciones futuras), las elecciones tomadas posteriormente ya fueron producto real de los actos del grupo y, por lo tanto, fueron modificaciones realizadas bajo la voluntad colectiva dentro de los límites de lo practicable. Estas elecciones que naturalmente se tomaron en otro estado de conciencia distinto del inicial (porque los integrantes han crecido y ampliado su experiencia), dieron cuenta de que el proyecto era exactamente el mismo, pero modificado. Y a su vez, se mantenía exitoso.

Esta acción ejecutada, este cambio, fue irrevocable porque las acciones no se pueden deshacer y así fue como ColSol se reconvirtió en una cooperativa de trabajo, en pos de su horizonte político, afrontando las consecuencias: ahora la nueva organización le parecía *aún más* coherente con el proyecto y los ayudaría a focalizar discursivamente el antagonismo entre ese Nosotros (ahora más definido) y un Ellos (claramente identificable):

[...] nuestra batalla es cultural, principalmente, con dos grupos opositores: por un lado, los medios concentrados de comunicación y su aparato con el que estimulan el consumo desmedido y despreocupado de los impactos sociales y ambientales que acarrea, con la publicidad como principal herramienta [...] Por otro lado, las cadenas de comercialización concentradas, porque dominan y establecen las reglas del mercado a nivel internacional. Creemos que estos dos grupos concentrados *te imponen* una manera de consumir, atada íntimamente a una manera concreta y hegemónica de producir. Éstos son los grandes horizontes de trabajo (Andrea, asociada de la cooperativa, 31 años. El resaltado es nuestro)

Vemos, de esta manera, cómo este tipo de instituciones económicas se originan a partir de las habitualidades constituidas por un proceso de sedimentación de la experiencia previa que prefigura los futuros posibles. Y que, a partir del fluir de significados de manera instituyente y a la vez instituida, que cuestionan la imposición de sentidos y relevancias, se va construyendo un acervo en oposición al anonimato característico de la economía tradicional.

Las vías de acceso a dicha oposición están dadas, como veremos en la próxima sección, por la visualización del Otro en la cotidianeidad y por la posibilidad de intercambiar mutuamente los puntos de vista.

2.3. El Otro en la cotidianeidad de la ESC- Solidaria

Como se ha visto hasta ahora, consideramos a partir de la perspectiva de los sujetos entrevistados, que el impacto del neoliberalismo en la trama social y en la organización económica de la sociedad generó una preeminencia del mercado como espacio totalizante en el que se resuelven las necesidades de manera individual, en un contexto de incertidumbre y desprotección. Este espacio genera, en otras palabras, un estándar homogéneo y objetivo de aquello que las personas necesitan y de las condiciones eficientes para su resolución.

Como consecuencia, nos preguntamos, si en este contexto de anonimía y negación del Otro²⁹ es posible superar la racionalidad instrumental, en tanto relevancia impuesta del tipo utilitarista, para comprender realmente el mundo de la vida que es indivisible, complejo, diverso y múltiple. Según nuestro trabajo empírico, podemos pensar que una de las múltiples caras que puede tener ese Otro negado que el sistema hegemónico persiste en callar, pueden ser los pequeños productores cooperativizados, los grupos de consumo que problematizan sus prácticas y los trabajadores autogestionados que se oponen al orden del supermercado para realizar tareas de intermediación.

Vemos así que estas subjetividades de la alteridad comienzan a combinarse en una sintonía que Schutz llamará mundo de la vida cotidiana; un mundo intersubjetivo desde el comienzo, donde se comparten significados que definen el tipo de relaciones que tenemos. Este compartir no sólo se reduce a los signos o lenguajes, ya que, para construir una relación social, también es necesario compartir un tiempo

²⁹ Un enfoque interesante para reflexionar acerca de la racionalidad instrumental y el abordaje del mundo de la vida se puede hallar en la obra de Magaly Cabroilé Vargas (2010) quien propone modificar la mirada a partir de la incorporación de la noción de sujeto en lugar de individuo y de subjetividad (significados que dotan de sentido) en lugar de necesidad.

y un espacio simultáneamente. Esta sincronización (del tiempo interior y exterior) supone para Schutz el reconocimiento de la humanidad del Otro en su dimensión esencial, lo que permite comprender la existencia de diferentes formas de experiencia y sintonizar con nuestros semejantes en un reconocimiento mutuo.

Pongamos un ejemplo para comprenderlo mejor. Sincronizar las subjetividades de un pequeño grupo de apicultores de Entre Ríos con las de una cadena de supermercados es, en la praxis, imposible. No sólo por un problema de coordinación, sino más bien por una incapacidad de significar de la misma manera. Esta falta de sintonía redundante en una imposibilidad para establecer una relación cara a cara auténtica, de reconocimiento mutuo. Y es aquí donde entra en juego el reconocimiento de la alteridad por parte de grupos como ColSol.

En dicho contexto, estrategias como la de ColSol, se presentan como disruptivas, a partir de la visualización y comprensión del Otro y de la potencialidad para construir redes complejas o, dicho en sus propios términos, “la posibilidad de enredarnos”:

[...] una primera limitación que suele presentarse discursivamente a la hora de prosperar en propuestas concretas que limiten la fuga de recursos de la solidaridad hacia el capitalismo especulativo, es el tema de los precios más elevados que posee la ESS. Esto en muchos casos es acertado y en otros no lo es [...] En primer lugar no podemos desconocer las limitaciones económicas de muchos sectores postergados de la sociedad, no podemos obviar que hay grupos sociales que aún no pueden acceder a mejoras en el consumo [...] Pero al mismo tiempo debemos reconocer que como sociedad estamos prolijamente preparados para leer únicamente el precio, no sabemos cómo se elaboró el producto, quiénes lo hicieron, si fue en una maquila bajo condiciones de trabajo explotado, o si los desechos se derramaron indiscriminadamente en los cauces de los ríos, o cuántas sustancias químicas le fueron adicionadas para resaltar el sabor, darle gusto a una sustancia o hacer del producto un bien atraíble a los ojos de los consumidores ávidos de adquirir. Entonces, la discusión respecto al precio debe sopesarse con el debate en torno a las condiciones previas que atravesaron los productos antes de llegar a nuestras manos (Documento 7/2014).

Como se ha visto en el documento citado, este grupo, al igual que muchos otros intermediarios, detenta significaciones específicas sobre los procesos productivos y la autogestión, que le proveen un marco de sentido a sus acciones y una dimensión ética que dicta el quehacer del grupo en sus relaciones con estos otros grupos donde fundamentalmente el reconocimiento de la alteridad y su subjetividad implica

la no pretensión de sometimiento del Otro y la búsqueda de sintonía en el mundo de la vida cotidiana.

La estrategia de Colsol, autopercebida como una lucha política³⁰, se da en definitiva por estos esquemas de relevancias que encuadran la interpretación de una situación, por ejemplo, el establecimiento de un precio justo, siempre y cuando el colectivo disponga no solo de los códigos compartidos sino, más importante aún, de la información necesaria para negociar estas subjetividades y que no le sean impuestas. Es decir, cuando el interés de las personas por aquellos mundos que exceden sus esferas privadas se puede articular con la disponibilidad de las fuentes de información para convertir una situación social particular en una situación socialmente relevante.

Esto sucede para Cefaï (2001) cuando se da un proceso de identificación con el Otro tras compartir esquemas interpretativos de la realidad con esas otras personas, conformando lo que él denomina “identidades colectivas” aunando la estructura de relevancias de Schutz: temática, interpretativa y motivacional. Esta operación de reenmarcamiento, supone un nuevo ser en el mundo que se visualiza en el cambio de los esquemas interpretativos, en las relaciones entre los proyectos y la memoria de las personas. Otra forma de relacionarnos a partir de nuevas definiciones creadas colectivamente que repercuten en otra forma de actuar frente a problemas en los que nos vemos incluidos en un mundo a nuestro alcance convirtiendo al horizonte político en un proyecto asequible.

En términos del caso que aquí estudiamos, podemos comprender que volver problemático un hecho que antes no era percibido como tal, por ejemplo, la colocación en el mercado de la producción agrícola de pequeña escala que realizan grupos de personas autogestionadas, es una acción que depende de los esquemas interpretativos y motivacionales que se dan en la comprensión del mundo.

³⁰ Si bien no es el centro de nuestro estudio, la teoría schutzeana representa un aporte sustancial para reflexionar acerca de la política especialmente en planteos como los de Ilija Srubar y Daniel Cefaï, autores que ven la política más allá del orden social y la entienden como el nivel de interacciones que se dan en el espacio público para definir y resolver problemas puntuales, a tenor de los sistemas de relevancias y motivos que presentan los actores colectivos.

Y es a partir de esta problematización que se pueden configurar nuevos discursos sobre la realidad social y generar procesos de identificación y subjetivación que convierten a la compra en un hecho político necesario para modificar el sentido legitimado hasta ese momento de los circuitos de comercialización. Los actores colectivos, englobados en la bandera de la autogestión, pueden ahora sostener relaciones en las que compartan una sintonía tal que hace que sus acciones coordinadas incidan tanto en el espacio público como en el privado.

[...] las discusiones que se quedan en evaluar el factor precio como único elemento que explica por qué la ESS posee dificultades para mejorar sus canales de comercialización, desconocen otros elementos como, por ejemplo, cuestiones logísticas para el acceso, otras vinculadas a hábitos, a factores educativos, a los efectos de la publicidad y de los medios de comunicación dominantes. Estos elementos complejizan la cuestión y nos responsabilizan como ciudadanos de modo redoblado. A nuestro entender gran parte del trabajo es de formación y sensibilización, a fines de que como conjunto social tomemos conciencia de la posibilidad (Documento 7/2014)

De tal modo, si somos conscientes de la visualización del Otro, con quien podemos compartir nuestro fluir en el mundo de la vida y a partir de allí construir marcos para la acción política, podremos comprender a nuestro actor situado en un mundo interrelacionado e interdependiente, y comprender cómo se engarza la solidaridad, en términos ideales y en términos concretos.

En resumen, la compleja concreción y articulación del binomio que mencionamos en el capítulo precedente, aparece en la investigación empírica: en los consumidores a través de la activación de configuraciones significativas de reciprocidad y empatía en el acto de compra, en los productores a través de los cambios en la subjetividad a partir de la autogestión y la interacción con sujetos más cercanos, y en los intermediarios en la ética de la responsabilidad por la vida en común. En los tres casos, la evidencia da cuenta de una mirada hacia el Otro que apunta a la empatía y a la construcción colectiva de un horizonte de justicia y equidad al cual se accede por la acción política y por la convicción de que es un proyecto asequible.

Además, en las interrelaciones entre los significados subjetivos y objetivos advertimos el dinamismo propio del aprendizaje mutuo y de la construcción conjunta

del acervo de conocimiento que problematiza la tensión de este binomio y presenta soluciones típicas en clave solidaria para problemas típicos de la lógica utilitarista.

Por lo tanto, así como cuando hablamos de los rasgos propios de las acciones que se desarrollan en el marco del mercado de la ESC- Solidaria sostuvimos que éstas no se encuentran sujetas a la lógica económica utilitarista sino, por el contrario, a la solidaridad recíproca. Y que el principio de reciprocidad se concretiza de formas múltiples y en tensión con las lógicas utilitaristas en función de los roles e interpretaciones que acabamos de describir. Del mismo modo, mostraremos que respecto de la formación de precios también puede oponerse a modo de binomio la lógica de la escasez a la lógica de la abundancia en los procesos de construcción de valor. Este binomio puede enunciarse de modo típico ideal, siendo los rasgos de las prácticas concretas más complejos, requiriendo un abordaje empírico que permita vislumbrar sus articulaciones complejas y contradictorias. Mostraremos esas complejidades en el capítulo siguiente.

Capítulo 4

Los procesos de valuación en un mercado diferente

1. Otra racionalidad, otros valores

Luego de reflexionar acerca de las interpretaciones y relevancias en los mercados solidarios, nos proponemos ahora indagar en aquellas prácticas o acciones típicas que nos llevaron a pensar en los sentidos de la empatía y la reciprocidad como hilos conductores. Para dar cuenta de ello, en este capítulo abordaremos el análisis del proceso de construcción de valor como una vía de acceso privilegiada para estudiar las tensiones que ya describimos y los esquemas interpretativos que se vislumbran en dicha estructura.

Si tenemos en cuenta, como vimos en el capítulo anterior, que las motivaciones y finalidades de cada uno de los roles en los mercados solidarios son específicas del tipo recíproco y, por lo tanto, distintas a las del mercado dominante, del tipo utilitarista, consideramos que el proceso de valuación (monetaria y no monetaria) tampoco debería mostrarse ajeno a este sistema de valores. Por lo tanto, la construcción social de los precios de productos solidarios y la consecuente interpretación de sus consumidores, también debería ser diferente.

Entonces, para comprender estos significados culturales, primero debemos alejarnos de la idea de racionalidad del hombre económico (aún cuando estas empresas se encuentran insertas en un sistema capitalista) y develar cuál es la racionalidad que aquí subyace. Observar esta otra racionalidad en términos económicos, sociales y culturales, nos permitirá dar cuenta de los esquemas interpretativos y así podremos develar si responden a las motivaciones que reseñamos hasta el momento y si, en definitiva, el precio termina constituyéndose en

una trinchera desde la cual presentar batalla al sistema de comercialización dominante.

1.1. Algunas reflexiones sobre la idea de racionalidad

Si bien no es nuestra intención desarrollar los debates acerca de la racionalidad económica y las posturas que la problematizan³¹, consideramos necesario comenzar recordando los aportes de autoras como Caracciolo Basco y Foti Laxalde (2003) que cuestionan el mito del homo economicus y ponderan una ética solidaria de las personas, o bien del propio Maurice Godelier (1979) que estudió la correspondencia entre lo económico y lo no económico; una mirada que cruzó los campos de la economía y la sociología hasta nuestros días en perspectivas como la de Laurent Thévenot (2016) quien se esforzó por bosquejar los contornos de los comportamientos colectivos por encima de las decisiones individuales.

Estas posturas abren el juego para reflexionar acerca de los sistemas de relevancias de nuestros sujetos y, de manera consecuente, para acercarnos a otros esquemas interpretativos que pueden tener lugar en los procesos de valuación de estos mercados que se presentan como diferentes, pero que al mismo tiempo dialogan con una economía monetarizada en la que se intercambian bienes de consumo.

Nos remitiremos a la obra de Schutz (1962) quien, a través de su definición de acción racional dentro de la experiencia de sentido común, se preocupó por comprender el sentido que el actor le asigna a su acción (el sentido que tiene para él) ya que esta no se encuentra aislada del mundo ni de las demás acciones y fluye hacia el horizonte de la realidad social. Para Schutz la acción es aquella conducta humana proyectada de manera autoconsciente por el actor, es decir dotada de un

³¹ Para quien se interese por tales debates véase: Gil Ospina (2002) para un recorrido histórico y epistemológico por el paradigma de la racionalidad en la ciencia económica, Ostrom (2015) y Laval y Dardot (2014) para revisar una perspectiva heterodoxa y neoinstitucional de la racionalidad económica, Castoriadis (1980) y Sen (1999) para relacionar los debates de la racionalidad económica con los paradigmas de desarrollo, Razeto Migliaro (1994) y Max Neef (2006) para abordar la racionalidad económica desde una crítica del concepto de necesidad.

propósito y originada en la conciencia misma del actor, que puede repetirse sustentando su estructura biográfica: “puedo, en circunstancias típicamente similares, actuar del modo típicamente similar en que lo hice antes para producir una situación típicamente similar” (1962:27).

Como se ha dicho, la acción es una conducta motivada ya sea por fines a lograr (motivos-para) dominados por el tiempo futuro, o bien por predisposiciones que la anteceden (motivos-porque) dominados por el pasado. Como consecuencia, los actores deciden un curso de acción en un sentido y no en otro, a tenor de sus intereses y convicciones, lo que consideran significativo. Y aquí cabe entonces distinguir las acciones sensatas de las razonables y estas de las racionales. Son sensatas cuando se ajustan a la tipicidad de un conjunto de reglas socialmente aprobadas para afrontar problemas, empleando ciertos medios y alcanzando ciertos fines. Son aquellas que cualquiera de nosotros repetiría de encontrarse en circunstancias similares. Si esta acción sensata, además, demuestra ser el producto de una elección meditada entre otros cursos de acción, aún siguiendo pautas tradicionales, es razonable. Pero se convierte en racional cuando el actor tiene una clara y nítida percepción de los fines, medios y resultados secundarios, a sabiendas de las alternativas existentes, de las relaciones del fin con otros resultados y de su importancia relativa. De hecho, la determinación de los actores descansa en sus interpretaciones de sentido común y su conocimiento a mano al momento de proyectar la acción; esto es lo que permite la elección.

Será entonces esa elección racional de los sujetos que transitan por Bonpland la que estudiaremos en el presente apartado, recuperando sus interpretaciones sobre la construcción de valor que les permite organizar el mundo y su ponderación de los fines, medios y resultados que cada acción puede tener para el horizonte socialmente compartido.

1.2. Acciones colectivas y valuaciones no monetarias

Si comenzamos por aquellos aspectos sobre los cuales se asienta el significado de las acciones típicas del mercado solidario, podremos ver que existen ciertas dinámicas de valuaciones éticas por parte de las personas consumidoras, que se fundamentan en el propósito de una remoralización de los mercados a través del fomento de causas éticas. Estos sujetos construyen su propia imagen y moralidad en torno a valores como justicia y equidad que representan aquello que, de facto, no podrían alcanzar en términos reales. Tal como estudió Zick Varul (2009) para el caso del comercio justo en donde ponderaba la dimensión valorativa (ética y política) que se activa en el fenómeno de “consumo ético”.

Hemos visto también que mientras los consumidores se encuentran insertos en un mercado donde se priorizan los bienes relacionales por sobre los bienes de consumo, el materialismo se fue diversificando en otras especies que apuntan a la inmaterialidad como el sostén de la autoestima, el equilibrio y la búsqueda del placer, también llamado “mercado del alma” (Lipovetsky, 2007).

Entonces hallamos que el sentido de la acción de consumir de manera solidaria, en un contexto donde los consumidores ya se encuentran sensibilizados o en vías de sensibilización (sea por el camino hacia el bienestar personal, la reducción de la huella ecológica u otro sistema de valores similar que apela a la justicia, la equidad y la sustentabilidad) se explica por la reivindicación de determinadas metas o fines sociales y por la pertenencia a un espacio de construcción crítica de toda la cadena productiva. Es decir, por una racionalidad no instrumental cuyas motivaciones no se reducen al cálculo matemático, aún cuando estos emprendimientos y los sujetos que los habitan sí se encuentren indefectiblemente insertos en dicho sistema y tengan que competir con emprendimientos lucrativos.

Entendemos que esta determinación descansa en la solidaridad y en la empatía. Por lo tanto, al ampliar la mirada del aislado e individual acto de consumo, a todo el circuito productivo, se funda la construcción genuina de una relación Nosotros que

comparte un proyecto político singular. Allí los actores intervinientes comparten significados subjetivos que refuerzan sus motivaciones y expectativas, recuperando la dimensión comunitaria de la reciprocidad para generar en la interacción cara a cara un sistema de normas y valores exclusivo del colectivo que busca transformar los modelos de comercialización.

Ya veremos que las demostraciones matemáticas referidas a una “solución de equilibrio” no agotan las reflexiones acerca de la satisfacción de todos los actores, justamente porque estos no se guían exclusivamente por una racionalidad capitalista desprovista de mediatizaciones subjetivas. Como han demostrado Valery Yakubovich, Mark Granovetter y Patrick McGuire (2005) en su estudio sobre los modelos de formación de precios en la joven industria de la electricidad en Estados Unidos, existe, hasta en los casos más técnicos del sistema capitalista, un amplio margen para pensar la construcción social de los precios, en clave de organización de la demanda y de luchas políticas por consolidar posiciones de poder.

Entonces cuando la optimización lógica matemática (propia del tipo utilitarista) no es la estructura de sentido imperante en los procesos de consumo solidario porque los agentes económicos no se encuentran aislados, se abre el juego para una nueva conceptualización en la que las elecciones siguen siendo importantes pero ya en un marco de acción más amplio donde la comprensión del ser supera las características de los bienes (propia del tipo recíproco).

Y es por ello que Schutz establece que la racionalidad de la interacción humana se debe a que los actores orientan sus acciones según ciertos patrones socialmente aprobados como reglas de conducta del endogrupo al cual pertenecen:

[...] llegamos a la conclusión de que la acción racional, en el plano del sentido común, es siempre acción dentro de un marco incuestionado e indeterminado de construcciones de tipicidades del encuadre, los motivos, medios y fines, los cursos de acción y personalidades involucradas (1962: 65).

En el caso de ColSol, pudimos encontrar esta otra racionalidad mediante el abordaje de su dimensión subjetiva y llegamos a este punto de describir cómo

aquellos aspectos culturales y políticos parecieran ser la base de sustentación de un proyecto económicamente exitoso.

Precisamente, se trata de ver que los objetos económicos no se ajustan invariablemente a las reglas de un mercado anónimo, sino que se erigen como herramientas para sostener un proyecto político que pulsa constantemente por modificar las macroestructuras de la comercialización, incluso a pesar de las contradicciones que pudieran surgir en la convivencia con el mercado tradicional y las lógicas redistributivas.

Tal es el caso de Lucía (34 años), la asociada más nueva de la cooperativa quien asegura que:

[...] formar parte de ColSol significa poder decidir el destino del proyecto junto a un grupo de compañeres que me brindan contención y apoyo en tiempos que son difíciles para todos los trabajadores y las trabajadoras [...] En este proyecto no solo aportamos horas de trabajo, además militamos el feminismo y el consumo crítico y responsable. Creamos redes con otros que comparten un camino sin patrón, con fuentes de trabajo genuinas.

Vemos así que es característica de estos espacios la recurrencia en la oposición a los órdenes habituales y la toma de decisiones basada en la información y en la evaluación de un horizonte de acción frente a otros alternativos. Siempre hay algo más allá de la racionalidad utilitarista, que interpela a los consumidores y trasciende lo económico avanzando hacia los horizontes del buen vivir.

Julia (55 años) es una de las consumidoras “históricas” de la cooperativa. Compra en Colsol desde el año de su fundación y nos cuenta cuál es el sentido que ella le otorga a sus acciones:

[...] compro ahí porque fue uno de los primeros grupos que se acercaron con esta propuesta y además conozco a algunos de sus integrantes que para mí son referentes de la Economía Social y Solidaria [...] Así fui conociendo a todos los compañeres y fuimos construyendo un vínculo personal, afectivo, más allá de la compra y venta de productos ¡Y porque ellos me quieren mucho también! Yo creo que consumir Economía Social y producir Economía Social es también construir vínculos. Son muchos años y los sigo eligiendo porque son personas hermosas, coherentes con su trabajo, y porque nos queremos.

En este discurso no encontramos referencias a la calidad de los productos, a la accesibilidad de sus precios, a las cualidades del espacio físico donde compra o a los beneficios respecto de ciertos modos de pagar una compra. Julia, al igual que muchas otras consumidoras, explica su acción como parte de una acción colectiva donde, entre otras cosas, pondera la comprensión del Otro, el sostenimiento de los vínculos intersubjetivos y los horizontes políticos.

Desde el punto de vista de Daniel Cefaï y Danny Trom (2001) la comprensión de estos marcos de acción colectiva que le dan sentido a dicha estructura se construye a partir de significaciones compartidas, condicionamientos ideológicos, identidades colectivas y resonancias del marco.

[...] no se trata solo de clientes potenciales de bienes y servicios a la demanda de los cuales la oferta debería ajustarse o suscitarse [...] Se auto-constituyen a través de sus interacciones, están expuestos a dispositivos de producción de testimonios y de administración de pruebas, de incitación al entusiasmo y la solidaridad, de llamado a la vigilancia y a la indignación de discusiones de datos objetivos y de argumentos racionales (Cefaï, 2001:10).

En este sentido, para Cefaï estas acciones abren mundos de principios y valores que habilitan el juego de diferentes formas de realidad y de justicia en las cuales los actores cooperan o se enfrentan en una tarea tan simbólica como concreta que busca, en última instancia, transgredir para configurar sus mundos públicos y privados. Parámetros a partir de los cuales nos resulta más sencillo comprender el dispositivo que rige estas lógicas de estados de existencia en las que, como hemos dicho anteriormente, no se paga “de más” por un producto, sino que se apoya una idea y se resuelve la problemática de los pequeños productores cooperativizados.

En síntesis, del análisis de las prácticas cotidianas de los sujetos que transitan el mercado solidario surge que el sentido de la acción es guiado por una racionalidad diferente a la que podríamos encontrar en las plataformas de comercialización lucrativa. Esta otra racionalidad deja de lado las preferencias individuales y las características de los objetos para priorizar ciertas valuaciones no monetarias, más vinculadas a un sistema de valores que es propio del tipo recíproco. Así las cosas, mientras que en otras propuestas de “consumo ético” la responsabilidad se centra

en la acción individual del consumidor, aquí mostraremos que un rasgo característico de este sistema es la construcción colectiva, posicionando en un rol central a los intermediarios.

Veremos ahora cuáles son esas acciones específicas del rol intermediario que permiten una construcción de valor acorde con esta otra racionalidad y cómo se da este proceso complejo cuando está mediatizado por expresiones monetarias tales como el precio.

2. La intermediación solidaria como vía de acceso a la construcción de valor

Según los fundamentos de la teoría económica comprensiva, Razeto Migliaro (1994) define al consumo como un proceso de transformación y un modo de alcanzar el bienestar a partir de la satisfacción de las necesidades, aspiraciones y deseos de las personas³². Y si bien es el momento final que termina otorgándole sentido a todo el circuito económico, se suele subrayar su carácter procesual debido a que en él se verifican movimientos y transformaciones en una secuencia temporal y una articulación espacial.

Para este autor, la importancia del proceso de consumo reside en la recuperación de su dimensión humana (social y subjetiva) que nos ayuda a comprender cómo mediante las lógicas recíprocas, el acceso a determinados bienes y servicios, puede dar lugar a transformaciones en los sujetos, tanto en niveles micro (concomitantes e interrelacionadas por el intercambio de energías e informaciones) como en niveles más globales, esto es, como impacto objetivo en el resto del circuito.

³² Para Razeto Migliaro la visión sobre las necesidades es tan amplia como la de Max Neef y, del mismo modo, rupturista respecto de la teoría económica clásica. En ambos casos, los autores se refieren a una trama de necesidades que no solo son finitas, sino que también son altamente complejas pues abarcan diferentes dimensiones de la vida (hay necesidades sociales, colectivas, espirituales, políticas, etc) y sus satisfactores pueden variar en términos culturales como también las estrategias para alcanzarlos. Se trata de un conjunto de motivaciones y fuerzas que llevan al consumo. En breve, esta conceptualización disputa la definición misma de la economía y abre la vía comunitaria para pensarlas en clave de reciprocidad.

Visto desde esta perspectiva, el tipo de consumo al que invita CoSol, convierte a este proceso en un ciclo transformador que interpela a la ciudadanía en la búsqueda de equidad y de justicia distributiva, como contraposición a las posturas totalitaristas mercantiles que, mediante el consumismo, promueven los intereses individuales y priorizan el ámbito privado por encima del bien común.

Por lo tanto, lo que en este apartado nos interesa demostrar es cómo, a través del rol intermediario, se dan esas transformaciones en los sujetos que se encuentran en una situación de consumo. Es decir, no reducir el análisis a las decisiones individuales y aisladas recargando de responsabilidad al consumidor e invisibilizando al intermediario, sino comprendiendo que de la interacción de estos roles y de la circulación de la información/conocimiento respecto de los circuitos económicos es que surgen los procesos de valuación.

2.1. La dimensión moral y política de un consumo solidario

Según la bibliografía que revisamos, sabemos que el proceso de consumo (y sus objetos) es atravesado por una dimensión moral y política, aspecto que se encuentra en el centro de la discusión internacional sobre ciertas estrategias alternativas, como es el caso del comercio justo.

El comercio justo, como sistema de intercambio ético entre consumidores de los países del norte y productores de los países del sur, fue el puntapié inicial para repensar las lógicas de comercialización en clave de reciprocidad (Cotera Fretell y Ortiz Roca, 2009; Montagut, 2007; Palma Torres y Gomes, 2009; Coscione, 2008; Bucolo, 2004).

En autores más contemporáneos como Beckert (2009) emergen otros puntos de análisis, como la activación de valores (performance imaginativa) o la objetivación material de los productores (alejados temporal y territorialmente de los consumidores), para explicar cómo los sujetos dotan de sentido a sus prácticas cotidianas y construyen ciertos criterios acerca de lo que el consumidor estará

dispuesto a pagar por un producto ético. También Gourevitch (2011) advierte que la construcción del precio de los productos del comercio justo no está dada por su valor de uso, sino por las consideraciones éticas respecto del proceso y las condiciones de producción. Estos productores, o bien sus intermediarios que certifican el origen, son los depositarios de la confianza de los consumidores.

Sin embargo, la actual perspectiva de consumo transformador (donde los intercambios son sur-sur), se enfoca también en el desarrollo territorial y el fortalecimiento de toda la cadena productiva, pero es superadora del primero, pues propende a una construcción colectiva que busca transformar en términos reales el sistema económico, operando por fuera del mercado tradicional y trabajando políticamente por un cambio cultural (Fernández Miranda, 2016).

Esta perspectiva que argumenta el carácter superador del consumo transformador respecto del sistema de comercio justo se basa en las críticas realizadas intersectorialmente y se fue construyendo en sucesivos debates de las mesas de comercialización solidaria donde se cruzan la reflexión académica con la realidad de los emprendimientos. Particularmente, cuando se advirtió que aquel primer modelo de consumo ético o responsable terminaba operando como un paliativo o minimizador de los impactos del capitalismo ya que no lo cuestionaba de manera radical y, por lo tanto, terminaba siendo complementario con el modelo consumista y podía ser ejercido individualmente y dentro del mercado tradicional.

Lo interesante aquí es verificar que la perspectiva del consumo transformador no solo es una interpretación de segundo orden (de corte academicista), sino que proviene de las significaciones de primer orden ya que tiene un claro correlato en el mundo de la vida de las personas que transitan el ámbito de ColSol.

Nicolás (26 años), por ejemplo, nos cuenta que una de las primeras cosas que hizo al llegar a Buenos Aires desde Mendoza fue averiguar en qué sitios podía comprar productos cooperativos ya que para él representan una parte importante del volumen de su compra mensual y, por lo tanto, es dinero que permanece dentro del sector:

[...] más allá de considerar que son productos de buena calidad y que en proporción con una compra de un supermercado es significativamente más económico para mi bolsillo, trato de interiorizarme en la historia de cada una de las coopes productoras, ya sea contactarla a través de las redes sociales o buscando un poco de su historia en internet. Y sé del esfuerzo que conlleva para ellas competir en un mercado totalmente capitalista [...] No me resulta lo mismo adquirir productos que sean directo del productor al consumidor, a uno que se le aumente significativamente el precio solo porque lleve la etiqueta de una marca reconocida. Sé de la explotación que las grandes cadenas realizan a los productores para comercializar sus productos a cambio de unos pocos pesos [...] Claramente trato de combatir ese pensamiento capitalista y trato de evangelizar a quienes me rodean, incentivando a que adquieran productos de la Economía Social.

Así, la acción económica impulsada por la dimensión moral y política asociada al valor de los objetos se explica por la información que circula en torno a ellos y de la cual los consumidores son conscientes gracias a la intervención del rol intermediario, que echa luz sobre los procesos. En breve, es el rol intermediario el que tiene la llave para habilitar este consumo transformador y los procesos de valuación ya que, en lugar de especular, ocultar información o engañar con trucos publicitarios, decide visibilizar los roles con sus problemas típicos, y los horizontes de acción con las estrategias construidas colectivamente. Como advertimos al comenzar esta investigación, parecería que el ciudadano bien informado, tal como lo postuló Schutz (1964), es consciente de estas cosas, en oposición al ciudadano común que, en situación de mercado, sucumbe al anonimato. Veremos ahora cómo circula esa información a partir del caso concreto de los valores monetarios.

2.2. Distribución social del conocimiento y valuaciones monetarias

La relación de la ciudadanía con la disponibilidad de la información postulada por Schutz establece la existencia de un “conocimiento de origen social”, transmitido por la experiencia de nuestros semejantes, contemporáneos o predecesores, y la existencia de un “conocimiento socialmente aprobado”, que, aún cuando sea opuesto al anterior, recibe un peso adicional al ser aceptado por todos los miembros de un grupo. Este peso adicional, no es más que una manifestación de poder, a pesar de que sus fuentes permanezcan anónimas y lo convierte en una relevancia impuesta, reemplazando las relevancias intrínsecas de los sujetos. Así, para Schutz,

el ciudadano bien informado “tiene el deber y el privilegio de hacer que su opinión privada prevalezca sobre la opinión pública del hombre común” (1964: 133).

En vinculación con ello, en su estudio sobre el orden social de los mercados Jens Beckert (2009) sostiene que las economías capitalistas se caracterizan regularmente por la expansión sistemática y la renovación continua de la incertidumbre, lo cual constituye para los actores una de las mayores dificultades a la hora de evaluar, entre otras cosas, el valor de las mercancías. Esta incertidumbre a su vez entra en diálogo con las preferencias (sociales y culturales) de los individuos, y se activa en los procesos de interacción social. Como resultado, los consumidores tienen problemas para determinar claramente los valores de los bienes y servicios en el mercado.

Así las cosas, sentido común que circula en torno a las fluctuaciones de los precios, el desconocimiento acerca de la especulación, del origen de los productos y de sus respectivos circuitos de comercialización, el desentendimiento del impacto económico y social que genera el acto de compra, la desruralización y los cambios en las rutinas laborales de hombres y mujeres, han generado una matriz permeable a la ideología consumista, alejando a las personas de su rol de ciudadanos.

En el contexto de estas reflexiones, nuestro trabajo de campo nos permite resaltar la singularidad del rol intermediario a la hora de resolver el problema del valor. Como vimos, este rol en lugar de renovar la incertidumbre propone una circulación total de la información y recupera el tipo social del “comerciante honesto” que no busca las ventajas oportunistas basadas en su interés individual o en la especulación, sino que incluye a la solidaridad como un factor interviniente en esta construcción atravesada por luchas concretas contra la desigualdad.

Esta información disponible problematiza y da cuenta de aspectos como la temporalidad (por ejemplo, desnudando las operaciones de especulación en torno a los tiempos de la cosecha), las tipificaciones y las relevancias (por ejemplo, clarificando los criterios de selección de productores y el proceso de negociación) y

los marcos regulatorios e institucionales (del cooperativismo y de las políticas públicas vinculadas a los diferentes sectores que guardan relación con el caso de estudio).

“Que los productores ganen lo que tienen que ganar y que nosotros [los consumidores] sepamos lo que tenemos que saber”, dice Marta (consumidora, 66 años) cuando explica con sus propias palabras qué encierra el concepto de un precio justo. Está claro que para Marta y sus contemporáneos la justicia distributiva de las valuaciones monetarias sólo es posible cuando hay disponibilidad de información. Y esta responsabilidad ya no recae en ella únicamente como consumidora, sino en igual medida sobre el rol intermediario que, a partir de explicaciones transparentes sobre la estructura de construcción de sus precios, le permite construir este conocimiento.

Para visibilizar y explicar a los otros roles todos estos aspectos que mencionamos, el endogrupo creó su propio “sistema de construcción de precios” a través del cual se asignan porcentajes fijos del costo de la estructura a partir del precio establecido por el productor, como vemos a continuación.



Figura 4.1. Sistema de construcción de precios actual. Fuente: Archivo ColSol

En donde sus componentes son los siguientes:

El precio justo (más allá de los debates teóricos al respecto) es definido por la cooperativa como el precio que establece el propio productor, evitando cualquier tipo de negociación o estrategia tendiente a la depreciación³³.

El trabajo se refiere al aporte de trabajo que realizan todos los asociados y las asociadas a la cooperativa y en función del cual ellos retirarán sus excedentes al finalizar cada ejercicio. Incluye todas las tareas necesarias para sostener el proyecto: comercial, gestión, logística y comunicación.

La logística específicamente da cuenta del punto más sensible en los procesos de intermediación, por eso la cooperativa lo identifica como un rubro en particular. Tiene que ver con el gasto de flete y traslados similares.

Desperdicios es un margen que se contempla para cubrir inconvenientes con los productos que se comercializan, tales como la rotura. En ciertas ocasiones hay consumidores que pueden presentar quejas por el estado de un producto o bien que se hayan confundido a la hora de comprar y buscan que se les reconozca un cambio; en todos estos casos, en lugar de asumir individualmente el conflicto, se lo hace de manera colectiva a través de este porcentaje.

Gastos fijos es el porcentaje que se destina a cubrir el pago de alquileres de puestos, mantenimiento y limpieza de lugares comunes, etc.

Así es como se calcula, de manera fija, pública y transparente, el precio de las mercancías que se comercializan en ColSol, quienes además pagan al contado a los productores aquel precio consensuado como “justo” y visibilizado en una cadena donde se remuneran los valores de todos sus eslabones de manera transparente y pública, a diferencia de otros actores (no solidarios) que pagan a los productores a los 30-90 días, tendiendo a una depresión hacia los productores (llegando incluso a la imposición unilateral) y aumento hacia los consumidores (al máximo precio dispuesto a pagar), en una estructura poco transparente o tabú.

³³ Incluso ColSol se ocupó de formar a ciertos productores en estrategias de costos porque muchas veces estos proponían precios en los que no se valorizaba su trabajo y quedaban muy por debajo de lo que debían cobrar.

Vale aclarar que esta estructura de construcción del precio ha variado del planteamiento original ya que, en un principio, se contemplaba el componente de “ahorro colectivo” generado a partir de los grupos de consumo a los que se incitaba desde un involucramiento con los proyectos autogestivos:

[...] la idea venía de nuestra visión de que el consumidor podía también ahorrar e invertir, para cumplir con las tres funciones de la economía que son el consumo, el ahorro y la inversión. Y de esa manera engancharlos para atraerlos aún más y preocuparse por el consumo y entender que el consumo puede generar otras variables económicas que no es el hecho solamente de comprar y satisfacer una necesidad. De esa manera buscamos involucrar más a las personas (Andrés, asociado de la cooperativa, 30 años)

Esta estructura también era comunicada de manera pública y se ilustraba como podemos ver a continuación.



Figura 4.2. Sistema de construcción de precios inicial. Fuente: Archivo ColSol

El destino de dicho ahorro colectivo radicaba en su colocación en un fondo de distribución para que anualmente, y a través de la decisión colectiva del grupo de consumidores, se realizara una reinversión en apoyo a algún grupo o proyecto de la ESC- Solidaria, generando una “retroalimentación hacia el interior de la experiencia” a partir de la apropiación del excedente (Tejedor, 2014).

Sin embargo, hacia la transición entre los años 2014 y 2015, a partir de la pérdida de valor real del dinero a causa de la inflación³⁴, ColSol determinó que esa estructura ya no era eficiente y el ahorro colectivo ya no cumplía esa función pues se depreciaba entre cada ejercicio por lo que decidieron en Asamblea reconfigurar la estructura del precio en el actual esquema arriba explicado.

Podemos ver que a esta operación económica de una acción colectiva a partir del consumo individual le subyacía la idea de invitar a los consumidores a pensarse como protagonistas de esta otra economía generando, además de una compra, el ahorro y posicionándolos en un lugar de comprensión total de los objetos económicos. Se basaba, principalmente en un horizonte común, compartido entre todos los agentes del circuito:

[...] Si logramos compartir el proyecto asociativo y autogestionario entre los sujetos productor asociado, mediador-facilitador y consumidor solidario, entonces cada uno se fortalecerá en el otro y con el otro, volviéndonos actores de una nueva cultura global. Las capacidades del consumidor solidario se activarán, pues su responsabilidad tiene un respaldo, tiene una opción y una elección para transformar una realidad injusta, para convertirla en otra donde la transformación del mercado tal cual lo entendemos será inevitable (Andrea, asociada de la cooperativa, 31 años)

Tanto en el primer como en el segundo caso de las estructuras de valuación monetaria, vemos que la consecuencia directa de la circulación del dinero en estos términos es el fortalecimiento de la trama de valor (Caracciolo Basco y Foti Laxalde, 2013) lo que permite un abanico de agregación de valor en diferentes dimensiones para los actores de los emprendimientos, a saber: económica (por trabajadores/as en pos del desarrollo local), social (fortaleciendo su identidad), cultural o simbólico (creando nuevos valores) y medioambiental (reforzando la sustentabilidad).

³⁴ Si bien existen disensos respecto de las estadísticas oficiales, según el índice de precios al consumidor en C.A.B.A, la inflación de los años 2014 y 2015 se situó en un 38% y un 26,9% respectivamente. Fuentes: Dirección General de Estadísticas y Censos de la Ciudad de Buenos Aires (https://www.estadisticaciudad.gob.ar/eyc/wp-content/uploads/2019/03/ir_2019_1349.pdf) y El Cronista Comercial (<https://www.cronista.com/economiapolitica/Como-fue-la-ultima-decada-de-la-Argentina-en-materia-de-inflacion-20181017-0006.html>)

Por otro lado, a partir de esta forma de comunicar tanto sus procesos como la construcción de los precios (pública y transparente), advertimos otro hecho interesante y poco visto en aquellos trabajos que hacen foco en la dimensión valorativa del comercio justo: la desmitificación acerca de la percepción de los precios de estos productos como “algo caro”.

En dicho sentido, existe una vasta bibliografía, especialmente la que estudia los intercambios norte-sur, que da por sentado que este tipo de productos son comparativamente más caros respecto de aquellos que pueden comprarse en circuitos comerciales tradicionales y hegemónicos (Bucolo, 2004; Gourevitch, 2011). Este acervo de conocimientos genera además toda una carga valorativa en los “consumidores éticos” que ponderan sus acciones como un sacrificio económico, político y social.

Sin embargo, al estudiar los fenómenos locales, de intercambio sur-sur, notamos que la percepción de sacrificio persiste aún cuando se ha demostrado (como hemos visto en las declaraciones de los consumidores) que no siempre los productos procedentes de la ESC- Solidaria son más caros que los de producción tradicional³⁵.

En entrevistas con consumidores pudimos relevar que además del mito del sacrificio en clave económica, también circulan significados acerca de la inversión excesiva de tiempo para planificar y ejecutar las compras, la lejanía o falta de acceso a puntos de venta y hasta la incertidumbre respecto de la calidad de los productos.

Todos estos mitos, tienen un fuerte componente de inercia ideológica y política, aún cuando se haya experimentado en las propias trayectorias biográficas su falta de veracidad³⁶. Esto representa un salto simbólico principalmente cuando se trata de

³⁵ Con esto queremos decir que, si bien la literatura europea se basa en su propia experiencia donde los productos de comercio justo efectivamente son más caros, este concepto se ha extendido a las versiones locales donde esta realidad no es idéntica porque los intercambios son sur-sur (es decir, no existe un costo extra de importación) y, por lo tanto, ya no son tan “caros” comparativamente con otros mercados.

³⁶ Respecto de la lejanía o falta de puntos de venta, cada vez hay más emprendimientos distribuidos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y la mayoría de ellos tienen sus propias tiendas digitales para efectuar entregas a domicilio sin cargo, incluyendo fines de semana. Sobre la calidad de los

interpelar las acciones de consumo propias, dejando en evidencia que los motivos ya no son exclusivamente monetarios.

En términos comunicacionales, este hecho que podría ser revelador para muchos, aún no ha sido totalmente capitalizado desde lo simbólico por la cooperativa aunque se han evidenciado acciones concretas de comunicación en la que se demostraba explícitamente cómo una canasta básica de alimentos de la cooperativa resultaba ser más barata que la de un supermercado.

¿Es más caro consumir productos de la Economía Social?

Desde la comercializadora cooperativa **Colectivo Solidario** ofrecemos una **CANASTA** de 14 productos de productores cooperativos, fábricas recuperadas y emprendimientos familiares del sector de la Economía Social y Solidaria. Detrás de cada producto existe un proyecto genuino libre de trabajo esclavo que elabora alimentos pensando en el impacto ambiental y pertenece a una red de comercio justo. Esta vez seleccionamos 14 productos similares a nuestra propuesta y lo comparamos con precios de COTO DIGITAL.



Tapa empanada - Coop. La Moquita x 12 u (600 grs)
Tapa de Tarta - Coop. La Moquita (400 grs)
Muzzarella - Coop. La Ciudad (500 grs)
Fideos Dedalitos - Coop. Pasta Sur (500 grs)
Fideos Semolados - Coop. Pasta Sur (500 grs)
Condimento - Coop. Pissal
Yerba Mate - Grapía Mileraria - (1 kg)
 Coop. Agropecuaria El Colono
Té negro - Coop. Río Paraná
Mate Cocido - Coop. Tucaguá
Tomate Triturado - Huasosache (1 L)
 Cooperativa Coopafes
Arroz Yamani - Coop. El Progreso (500 grs)
Lentejas - Pequeños productores Rosario (500 grs)
Pizza al molde de harina integral agroecológica
 Emprendimiento familiar Ríos de Larca
Galletitas artesanales - Coop. Azul

Precio total
\$500

Costo Envío
GRATUITO



Tapa empanada - La Soltería x 12 u (550 grs)
Tapa de Tarta - Suellos dorados
Muzzarella - Vocalin (500 grs)
Fideos Dedalitos - Lucetti (500 grs)
Fideos Semolados - Lucetti (500 grs)
Condimento - Alicante
Yerba Mate - Aguaflores (1 kg)
Té negro - Coto
Mate Cocido - Ciudad del Lago
Tomate Triturado - Correllot
Arroz Yamani (500 grs)
Lentejas - Coto (500 grs)
Prepizza
Galletitas dulces - Cerecillas

Precio total
\$544.42

Costo Envío
\$79

Los precios referencia de Coto Digital son de la primer semana de Agosto



Figura 4.3. Comunicación difundida por Colectivo Solidario en agosto de 2017. Fuente: Archivo ColSol.

productos, estos no solo tienen las mismas certificaciones, etiquetado y embalaje requeridos por cualquier boca de expendio sino que, al ser elaborados por emprendimientos solidarios, su producción busca ser de menor impacto (ambiental y para la salud de las personas que producen) y agroecológicos o en transición (algunos también con certificación de producción orgánica). Por último, sobre la inversión de tiempo para planificar y ejecutar las compras, si bien este aspecto se relaciona también con el tipo de vínculo que potencialmente podrían construir los consumidores con las cooperativas (de confianza), aún para aquellos que quisieran realizar meras transacciones mercantiles, nunca hemos visto una fila similar a la de un supermercado.

Sin perjuicio de esta demostración, aún circulan interpretaciones objetivas que determinan que los precios de ColSol son caros. Agustín (33 años) es consumidor en distintos mercados solidarios (no de ColSol exclusivamente como otros entrevistados) y asegura que una de las cosas que le gustaría que la cooperativa modificara son justamente los precios “quizás para que sea atractiva la oferta contra los mercados tradicionales, es importante acceder a precios que no sean prohibitivos o muy alejados de los de la competencia”.

Hay algo aún en esta dimensión que no se puede comprender si no es a través de su interrelación con el resto de las motivaciones que circulan en la organización y hacen al proyecto general. Mientras que otros intermediarios o incluso, hasta las cooperativas de consumidores que tienden a las estrategias del supermercadismo, utilizarían este dato (de la “cualidad” positiva del precio) para explotar en sus estrategias de marketing y publicidad, ColSol, que es una de las pocas comercializadoras que invierte recursos en la profesionalización de su comunicación, evidencia una moderación que pareciera encontrarse lejos de la ingenuidad.

Andrés (30 años, asociado de la cooperativa) cuenta que no quieren caer en la masividad de las grandes superficies (supermercados) y en sus estrategias características, cristalizadas en la publicidad:

[...] ese sería el camino más fácil porque estar llamando a la gente representa mucho más tiempo y es más oneroso en términos de dinero [...] Lo hacemos porque creemos y estamos convencidos de que esa es la manera de socializar el trabajo de los productores y el trabajo nuestro también que es cooperativo.

Como habíamos visto más arriba, Nicolás (26 años) reconocía que ColSol tenía precios más baratos, pero más allá de eso para él vincularse con la cooperativa tiene otro agregado, a veces difícil de explicar:

[...] me resulta importante saber a quién le estoy comprando, es decir, conocerlos no solo físicamente sino también personalmente. Varias veces concurreo a la Feria de Agronomía o al Mercado de Bonpland quizás solo para compartir unos mates o saludarlos, sin la necesidad de tener que comprarles productos.

Entonces, como resultado de esta aproximación a la construcción del valor monetario, podemos comprender que la mayor singularidad de CoISol en su rol intermediario se asocia a la producción de información que pone a disposición de los consumidores para compartir los horizontes de acción. Así, además de demostrar que es posible alcanzar la eficiencia económica incorporando la solidaridad a los procesos, estos sujetos también avanzan en la construcción social del conocimiento respecto de los circuitos comerciales, denunciando las operaciones lucrativas y mostrando los beneficios de la reciprocidad.

Esta potencialidad que poco se ha trabajado en la bibliografía especializada es justamente la que otorga un privilegio a nuestro caso de estudio para comprender la construcción de sentido común de la ESC- Solidaria ya que pone en diálogo los dos extremos de la cadena productiva e interactúa con los otros roles, negociando relevancias y tipificaciones. Mostraremos que esta disponibilidad de información a partir del trabajo del rol intermediario nos permite pensar en una ciudadanía diferente a la que proponen otros modelos de consumo responsable.

Veremos en el último apartado cómo impacta en las estructuras sociales esta concreción del paradigma del consumo transformador y por qué los procesos de valuación también pueden ser pensados como procesos políticos.

3. La construcción del precio como trinchera

3.1. Reflexiones acerca de la performatividad de la ciencia económica

A lo largo de este trabajo hemos reflexionado acerca de la anonimidad y de las relevancias impuestas, para dar cuenta de cómo se despliega la invisibilización del Otro en nuestras prácticas cotidianas a partir del pensamiento hegemónico de la sociedad de consumo poscapitalista.

La paradoja de Callon historizada por Juan Pedro Blois y Mariana Gené (2011) es un claro ejemplo de esto último y nos resulta interesante para demostrar las implicancias que tienen estos aspectos en la construcción del acervo de conocimiento. Callon toma prestada la noción de performatividad en las prácticas del lenguaje para explicar que la ciencia económica no informa sobre un estado de cosas existentes sino que, por el contrario, contribuye a la producción de ellas.

Es decir que la fuerza de las ideas y prácticas promovidas por esta disciplina es tal, que los modelos propuestos tienden a realizarse:

[...] así, paradójicamente, la ciencia económica a menudo criticada por su elevado grado de abstracción y su tendencia a predicar sobre modelos y no sobre la realidad misma, sería una fuerza social capaz de influir en esa realidad con mucha eficacia (2011:95)

Asistimos entonces, a través de este camino, al contacto con realidades que no siempre se encuentran en los libros, realidades para las que no fuimos formados y, sobre todo, realidades para las que no fuimos sensibilizados tras años de permanecer encasilladas en recorridos individuales y teorías eurocéntricas que validan nuestra crisis actual.

Hasta ahora la abstracción y la modelización de todos los homines que hemos visto, dan cuenta del resguardo de cada esfera del conocimiento y sus dominios autonomizados y la validación de los sujetos como individuos egoístas y calculadores que desembocaron en la desnaturalización de la realidad y el extrañamiento del mundo que nos rodea.

La complementación de estos saberes, si fuera auténtica, debiera servir para brindar sostén a todas las experiencias de la ESC- Solidaria que pugnan por la sostenibilidad de sus proyectos, construyendo un nuevo discurso sobre la economía efectiva que no es ni más ni menos que la economía de las personas. Es la economía de Andrés, de Julia y de Nicolás.

En resumen, en esta economía de las personas vimos que si bien se ha demostrado que los procesos sociales que subyacen a la constitución del valor se basan en los modelos culturales convirtiendo al mercado en una construcción social y un proyecto moral, hay aún algo más en el caso de los mercados solidarios donde interactúan cooperativamente actores como los que aquí se han descrito.

También se hace evidente la existencia de una conciencia de una relación Nosotros que fluye en el tiempo, en oposición a una relación Ellos, que es anónima e impuesta y, por ende, especula, explota y manipula, y hasta circula como una amenaza constante que intenta penetrar las propias estructuras. Este Nosotros, colectivo e inclusivo, es abierto y expansivo pero al mismo tiempo riguroso en el respeto de sus normas que aseguran la autenticidad del grupo.

Hay en las comercializadoras solidarias, especialmente en ColSol, ciertas cadenas motivacionales que resuenan fuertemente en la afirmación por la vida y problematizan el consumo como algo que trasciende lo económico.

En síntesis, en el ámbito de la ESC- Solidaria conformado por distintas experiencias autogestivas, el precio no es solamente un objeto económico que se ajusta invariablemente según las reglas de un mercado anónimo; es el bastión desde el cual se defiende en las relaciones Nosotros cotidianas un modo de vivir y de construir justicia.

3.2. La resistencia como motor de transformación

Como hemos visto, el consumismo está adoptando nuevas máscaras que, si bien proponen una relación más “sensible” con el mundo (Mejía Giraldo, 2016), se encuentran muy lejos de problematizar las estructuras económicas que lo sostienen. De ello resulta una paradoja interesante: mientras los consumidores priorizan los bienes relacionales por sobre los bienes de consumo, no abandonan el individualismo y su atomización para “disfrutar”, cada uno a su manera, de la vida.

El incremento de este público, por su parte, ya ha sido advertido por los agentes económicos de mayor preponderancia en la esfera mercantil y se convirtió en un nuevo nicho sobre el cual desplegar estrategias más sofisticadas. Brenda Chávez (2017) reseñó que los consumidores “conscientes”, guiados por nuevos criterios que unen libertad, estilo, estatus y responsabilidad social representan un tercio de la población global, ejecutando las famosas compras libres de culpa [*guilty free*], con tendencias sociales y medioambientales.

En función de ello, la construcción simbólica de la compra como “acto político” no es exclusiva del terreno de la ESC- Solidaria, sino que también ha sido apropiada por diversos actores de la sociedad del hiperconsumo (agencias publicitarias, consultoras, corporaciones, fundaciones, gobiernos). Entonces, la rueda del capitalismo se vuelve a reinventar imponiendo verticalmente nuevos modelos de consumo y estilos de vida, paliativos ideológicamente, pero complementarios al mismo sistema, en el marco de la aspiración por el bienestar total.

En este orden de ideas, podríamos considerar que la transformación política en el campo de la comercialización y el consumo es posible si se asume colectivamente, trascendiendo las iniciativas individuales e impactando en lo simbólico mediante la creación genuina de nuevos valores y normas que refuercen los lazos sociales. Chávez destaca, por ejemplo, la concepción latinoamericana del Buen Vivir como un discurso que entra en sintonía con estas prácticas recíprocas y al mismo tiempo tiende a la disputa del modelo cultural dominante y los patrones de producción y de consumo.

Entonces, vale preguntarse qué tiene de novedoso o revolucionario el proyecto de comercialización solidaria en este contexto. Precisamente la reivindicación del eslabón con mayor potencial en la cadena productiva, que es la intermediación, da cuenta de la novedad del caso ya que es un modelo que no acude al chantaje emocional de las personas, sino que se plantea como un espacio de construcción crítica de toda la cadena productiva, que busca ser solidaria de un extremo al otro.

Este proyecto común en el que cada persona deposita cierta carga simbólica para generar en la interacción cara a cara un sistema de normas y valores exclusivo del colectivo, apunta al objetivo de transformar los modelos de comercialización de la ESC- Solidaria, pues entiende que es el camino más coherente y justo para dicho sistema.

En virtud de ello, la intermediación solidaria, lejos de ser un momento en el devenir económico, se erige como una instancia en la que pueden confluir las dificultades de los productores autogestionados para combinar producción con comercialización, la necesidad de contribuir al cambio cultural para otro consumo y sistematizar sus propuestas, la necesidad de recuperar la comercialización con transparencia, la demanda de productos de la ESC- Solidaria, la necesidad de integrar un proyecto político solidario y sustentable, y, desde ya, la necesidad de la reproducción ampliada de la vida.

Todo esto es lo que se visibiliza en la circulación de la información, en la construcción y comunicación transparente de los precios, mediante la cual se denuncian las relaciones desiguales que el mercado tradicional ofrece a los pequeños productores cooperativizados, problematiza el obstáculo que representa la logística dando a conocer los costos reales que ello implica, revaloriza el trabajo realizado en la intermediación e interpela a los consumidores y las consumidoras a integrarse activamente en este proyecto como sujetos colectivos.

La resistencia a la negociación tradicional del precio con los productores, a las estrategias tradicionales de marketing y publicidad, al establecimiento del precio final con base en la especulación y no en los costos reales, al tabú del dinero, a la construcción tradicional del interlocutor como mero agente económico; todo ello es resistencia al modelo capitalista y al sistema de valores que ha generado para legitimarse.

El mercado solidario, por todo lo dicho anteriormente, se convierte en un espacio alternativo a los mercados dominantes que se sostiene, no solo por la eficiencia en

su gestión, sino por los significados compartidos por todos los integrantes del proyecto. Es decir, por las personas que interactúan a lo largo de toda la cadena y que, además, tienen posibilidades reales de conocerse personalmente en las instancias creadas a tal fin.

Productores y consumidores dejan de ser imaginarios alejados que cada persona construye conforme sus propias expectativas individuales. Son personas concretas, cercanas territorial y culturalmente, son compañeros y compañeras que, desde sus respectivas unidades productivas, conforman una red en la que comparten una identidad, una autotipificación grupal, un sistema de relevancias y soluciones típicas a problemas típicos, que hacen sus aportes, préstamos y retribuciones en clave solidaria. Son sujetos que deciden abandonar el anonimato y las relevancias impuestas, para dar un salto hacia la empatía como unidad fundamental de resistencia y motor para la transformación.

En suma, el binomio reciprocidad-utilitarismo también se evidencia en los procesos de valuación, como es el caso del precio. En primer lugar, a través de la crítica a la idea de acción racional y demostrando la viabilidad de la lógica de la abundancia cuando se articulan de manera eficiente los emprendimientos productivos con la intermediación solidaria. En segundo lugar, en la interpretación acerca de los procesos de comercialización y consumo, a través de la crítica al consumismo y la propuesta de un consumo transformador que pondera aspectos relacionales, morales y políticos. En tercer lugar, con la práctica concreta de la construcción de precios, oponiendo a la desinformación y el tabú de las plataformas modernas de distribución, la construcción transparente y justa de estos para denunciar las inequidades del sistema dominante y visibilizar a su vez el trabajo que representa en todas las etapas de la cadena de distribución.

Conclusiones

Cuando comenzamos esta investigación una de las primeras particularidades que resaltamos fue la vacancia en los estudios culturales en torno a la comercialización solidaria y, como consecuencia, la necesidad de relevar la estructura social de sus mercados. Señalamos que estos se presentan como espacios singulares conformados por roles sociales (productores, intermediarios y consumidores) que construyen un entramado cultural en torno a ciertos significados que les son propios. Justamente afirmamos que esta singularidad planteada desde un comienzo residía en dos características que distinguen a los mercados solidarios frente a otros: la no finalidad de lucro como encuadre cultural y la centralidad del rol intermediario en los procesos de valuación, construcción del mercado y organización del mundo de la vida.

Retomemos las preguntas planteadas en este escenario inicial: ¿Quiénes son las personas que interactúan? ¿Qué buscan, en términos de fines y metas, en los mercados solidarios que no pueden encontrar en un mercado tradicional? ¿Cuáles son los significados culturales que subyacen a la construcción de un precio en un campo donde la finalidad no es el lucro? Para dar respuesta a estos interrogantes abordamos esta dimensión subjetiva desde un enfoque fenomenológico, a través del estudio cualitativo de un caso paradigmático para el campo de la comercialización solidaria como es la cooperativa de trabajo ColSol.

¿Por qué un abordaje de este tipo? Como se ha demostrado, focalizamos la atención en las interpretaciones subjetivas gracias al abordaje de tipo fenomenológico, tanto por una correspondencia natural entre este enfoque y el que

propone la ESC- Solidaria como por tratarse de un estudio de caso único. Como hemos dicho repetidas veces a lo largo de este trabajo, nos motorizó la inquietud de encontrar una forma de ver la realidad que pudiera ajustarse de la manera más coherente al espíritu de la ESC- Solidaria, el cual se caracteriza por poner en el centro a las personas. Especialmente en nuestro caso, donde vimos el esfuerzo de los sujetos por visibilizar ese “detrás”, que representa a hombres y mujeres trabajando.

Si bien existen otros abordajes cualitativos desde los cuales realizar una descripción ampliada de las interacciones o de los grupos de personas que aquí nos propusimos estudiar, entendimos sin embargo que la fenomenología era la más adecuada para dar cuenta de la perspectiva subjetiva de cada una de estas personas, aún cuando empíricamente no imaginábamos cómo resolverlo.

En este sentido, sostuvimos que, para comprender al otro, simplemente debíamos generar mecanismos que hagan emerger sus propias interpretaciones del mundo. En ese orden, fuimos seleccionando diferentes dimensiones propuestas en la obra de Schutz (mundo de la vida, situación biográfica, acervo de conocimiento a mano, tipificaciones, intersubjetividad, tiempo, motivos, motivaciones, horizontes de acción, roles sociales, etc.) y las convertimos en disparadores a través de los cuales organizar el relato de las personas.

Es por ello que en el desarrollo de nuestro texto se fueron hilvanando las descripciones de estas dimensiones, como referencias, con nuestros descubrimientos empíricos. No nos ocupamos de crear categorías, sino que utilizamos las que emanaron del propio campo, vehiculizadas por el lenguaje. Indagamos en sus estructuras de sentido y, sobre todo, respetamos sus propios puntos de vista.

Ahora bien, partiendo de estos señalamientos respecto de la vacancia, las inquietudes y el enfoque, planteamos dos hipótesis de trabajo: en primer lugar, sobre la existencia de tipos ideales con motivaciones exclusivas del campo solidario

orientadas a la búsqueda del bien común y la construcción de lazos de cercanía. En segunda instancia, acerca de la existencia de dinámicas de valuación también exclusivas de este campo, basadas en ciertos esquemas interpretativos que responden a dichas motivaciones y a la situación cultural e histórica que comparten los sujetos.

Con el fin de aproximarnos al conocimiento de estos tipos ideales, realizamos en primera instancia una revisión de las teorías y definiciones institucionalizadas que se hallan presentes en el campo de la ESC- Solidaria respecto de los roles, pautas de conducta, motivaciones, fines, tipificaciones y relevancias compartidas. Asimismo, descubrimos que este *corpus* caracteriza el encuadre cultural de los actores que constituyen nuestro objeto de estudio y tiene una supremacía en la configuración de sus prácticas.

Luego de dicha revisión sostuvimos que en la descripción de los mercados solidarios disponible en este *corpus* hay sesgos significativos que nos impiden comprender los roles y sus caracterizaciones, debido a que las personas de la ESC- Solidaria son presentadas como una gran masa de sujetos similares. Avanzando en la comprensión de las estructuras de sentido de los actores de nuestro caso, pudimos confirmar que si bien sus discursos constantemente hacen referencia a estas teorías y definiciones institucionalizadas, presentan considerables adecuaciones y resignificaciones, generando nuevos sentidos a partir de los encuadres específicos de sus grupos.

Entre esos significados observamos que el concepto de reciprocidad es el que tiene mayor relevancia, pero con marcados matices que singularizan sus acepciones y cuestionan, desde la experiencia empírica, la correspondencia entre el carácter polisémico que tiene en el debate académico con los significados que los actores le atribuyen a estas prácticas. Adicionalmente, es posible señalar al sentido de oposición a la noción tradicional de los mercados como otro concepto presente tanto en la teoría como en el campo de la práctica, cuya vinculación también tensiona con las interpretaciones de segundo orden. De este modo, es evidente que tales

significados surgen a partir de las interacciones de los sujetos y sus propios mundos, y de mecanismos colectivos.

Esto nos permitió afirmar, desde una base empírica, que los mercados no son entidades anónimas y autónomas sino que, ante todo, son espacios de encuentro socialmente contruidos. Allí no solo se establecen acuerdos alternativos de intercambio de bienes de consumo cotidiano, sino que, como hemos demostrado, circulan valores tanto monetarios como no monetarios. En consecuencia, en esta construcción los sujetos de la ESC- Solidaria no se guían por el egoísmo sino por la reciprocidad en “primera persona” (como construcción de primer orden que difiere en algunos aspectos de la que propone el debate académico) y, en función de ello, construyen mercados acordes a sus valores, donde puedan desplegar sus estrategias para reproducir la vida y no sus capitales.

De esta manera, recuperamos el binomio reciprocidad-utilitarismo como un rasgo típico ideal que no solamente podemos encontrar en las consideraciones teóricas, sino que, principalmente, organiza las prácticas de los actores, oponiendo la solidaridad recíproca a la lógica económica utilitarista.

Así fue que confirmamos, a partir de las entrevistas con los sujetos, que la cooperación es una de las expresiones empíricas de la reciprocidad y que se llega a ella a partir de la visualización del Otro y de un fluir continuo en un colectivo. En este fluir, observamos que cada uno (ejecutando roles de productor, intermediario y consumidor) realiza un aporte que retroalimenta el circuito de la solidaridad, en el cual todos se autoperciben como dadores y al mismo tiempo beneficiarios, retornando a la ilusión de comunidad. Como resultado de esta aproximación, propusimos que el binomio reciprocidad-utilitarismo cobra sentido a partir de la oposición empatía-anonimato, en tanto pauta de socialización de los mercados solidarios.

Estas impresiones tempranas nos permitieron afirmar que los actores que conforman los mercados solidarios detentan motivos y motivaciones de orden

político. En ese orden, señalamos que la idea de “apuesta a futuro” es promovida por la confianza en el carácter transformador del acto de compra y por la reivindicación del mismo grado de corresponsabilidad en las acciones económicas. Esta noción de corresponsabilidad nos llevó a pensar en su consecuente implicancia en la construcción de una relación Nosotros y constatar la percepción de que actualmente el mercado está atravesando situaciones típicamente similares a las que le dieron origen.

En esa línea, descubrimos que esta convergencia con los problemas e intereses actuales del aquí y el ahora del cooperativismo en general, atraviesa todos los discursos de la misma manera que la potencia de su confianza en el proyecto colectivo. Como hemos demostrado, se percibe que los hitos de la biografía común colaboraron en la construcción de su encuadre cultural, compuesto por relevancias, tipificaciones y soluciones típicas a problemas típicos. Este modo de vida compartido por el grupo fija, cada día con más fuerza, la búsqueda de un sistema de comercialización solidario que desplace y sustituya al hegemónico y dominante, caracterizado por una relación Ellos lucrativa que maximiza sus ganancias a partir de la especulación y la confusión.

En base a estos hallazgos, en nuestra primera aproximación a un mercado solidario, constatamos que la propuesta de ColSol es, además de una estrategia económica, un programa político de transformación total, actual, vigente y en plena ejecución que ostenta además la capacidad de reformular de manera exitosa el camino a seguir a partir de la modificación de elementos significativos para el propósito a mano.

En el marco de estas reflexiones, así como planteamos las características generales de los actores del mercado solidario, decidimos avanzar en la inquietud sobre las especificidades de los roles que asumen las personas en dichos espacios, sus interpretaciones y relevancias. Con ello recuperamos nuestro interrogante inicial respecto de quiénes son y qué buscan, y procuramos identificar cómo se concreta

en la práctica el binomio reciprocidad-utilitarismo en esta compleja trama de relaciones.

Como respuesta a estas preguntas, hallamos que Bonpland se configura como uno entre muchos tipos de mercados solidarios donde los sujetos se autotipifican a partir de la conciencia sobre el lugar que ocupan en la cadena solidaria y no como meros participantes del gran conjunto de actores de la ESC- Solidaria. A partir de allí, estas personas reconocen sus motivaciones, sus prácticas y los tipos de relaciones que construyen con los demás. Para corresponder con el enfoque planteado, el abordaje de esta estructura de sentido fue realizado en función de la relevancia que le otorgamos a la perspectiva de los intermediarios en función de sus interacciones con los productores y con los consumidores.

En este sentido, comprendimos que para el rol intermediario es fundamental la existencia de otros roles que concuerden con su horizonte de acción y que su estructura de sentido tienda a la reivindicación permanente de ese Otro que se encuentra en el significante “detrás”, pasando del anonimato a la empatía por medio de la visibilización, poniéndole rostro e historia a los productos. Demostramos también que el énfasis puesto en ese “detrás” facilita presentar al rol productor como una estrategia disruptiva pero asequible. Fundamentalmente porque se hace posible al poner en evidencia los problemas de la intermediación capitalista y la posibilidad para configurar nuevos discursos sobre la realidad social. De esa manera, hallamos que se generan procesos de identificación y subjetivación que convierten a la compra en un hecho político necesario para modificar el sentido legitimado hasta ese momento de los circuitos de comercialización.

En ese orden, sostenemos como principal hallazgo que este pasaje del anonimato a la empatía trae como consecuencia un cuestionamiento de las relevancias impuestas y permite dotar de sentido al intercambio sólo si se reconoce la importancia del rol intermediario ya que es el que permite la disponibilidad de información con una clara orientación política de cuestionamiento del orden social.

En efecto, mostramos cómo el sentido de la reciprocidad se explica también por la correspondencia entre lo económico y lo no económico, permitiendo que los sujetos decidan un curso de acción a tenor de sus intereses y convicciones, es decir de lo que consideran significativo. En nuestro caso por la reivindicación de determinadas metas sociales y por la pertenencia a un espacio simbólico compartido de construcción crítica de toda la cadena productiva.

A partir de esta comprensión, demostramos que esta otra racionalidad de los roles del mercado solidario deja de lado las preferencias individuales y las características de los objetos para priorizar ciertas valuaciones no monetarias, más vinculadas a un sistema de valores que es propio del tipo recíproco. Con ello recuperamos nuestro segundo interrogante respecto de los significados culturales que subyacen a la construcción de un precio en un campo donde la finalidad no es el lucro.

Para responder esta segunda pregunta, llegamos al entendimiento de que mientras que en otras propuestas de “consumo ético” la responsabilidad se centra en la acción individual del consumidor, e invisibiliza al rol intermediario, el rasgo característico de los mercados solidarios es la construcción colectiva, donde el rol intermediario tiene un papel central. Justamente a través de la interacción con el rol intermediario y de la circulación del conocimiento respecto de los circuitos económicos es que surgen las dinámicas de valuación y así podemos comprender las transformaciones en los sujetos en su ordenamiento del mundo de la vida.

Como consecuencia, planteamos que es el rol intermediario el que tiene la llave para habilitar el consumo transformador y los procesos de valuación, ya que en lugar de especular, ocultar información o engañar con trucos publicitarios, decide visibilizar los roles con sus problemas típicos, y los horizontes de acción con las estrategias construidas colectivamente. De la misma manera, además de demostrar que es posible alcanzar la eficiencia económica incorporando la solidaridad a los procesos, el rol intermediario también avanza en la construcción social del conocimiento respecto de los circuitos comerciales, denunciando las operaciones lucrativas y mostrando los beneficios de la reciprocidad.

Así las cosas, pudimos describir cómo aquellos aspectos culturales y políticos de cuestionamiento del orden social configuran los significados de los mercados solidarios de la Ciudad de Buenos Aires y son la base de sustentación de un proyecto económicamente exitoso. Afirmamos que esta perspectiva emerge del mundo de la vida de las personas que transitan estos espacios y que, a pesar de la existencia de una matriz permeable a la ideología consumista e individualista, el precio se presenta como un elemento simbólico que condensa una serie de luchas y construcciones colectivas.

De este modo, observamos que el binomio reciprocidad-utilitarismo también se evidencia en el proceso de construcción de los precios, demostrando que ese rasgo típico ideal puede concretarse en todas las dimensiones de nuestro caso de estudio, únicamente porque procede de las relevancias intrínsecas y no de los significados impuestos, haciéndolo en permanente tensión con el modelo dominante y anónimo.

Por este motivo es que resaltamos desde un comienzo la centralidad del rol intermediario en los procesos de valuación de los mercados solidarios: no sólo porque ha sido escasamente estudiado, sino también porque es lo que nos permitió comprender la construcción de sentido común de la ESC- Solidaria ya que es un rol que pone en diálogo los dos extremos de la cadena productiva. Como demostramos en este trabajo, de la interacción entre esos roles surgen las negociaciones de relevancias y tipificaciones. Y, siguiendo el mismo sentido de nuestras afirmaciones, es la disponibilidad de información a partir del trabajo del rol intermediario la que nos permite pensar en una ciudadanía diferente a la que proponen otros modelos de consumo responsable.

Quedará pendiente para futuras investigaciones seguir indagando en otras dimensiones empíricas de los procesos de valuación y analizar si estos procesos que aquí estudiamos se dan también en otros casos del campo solidario, especialmente en otros tipos de cooperativas de trabajo. Así como afirmamos que no todos los sujetos de la ESC- Solidaria representan una masa homogénea y que,

a pesar de compartir un mismo encuadre cultural, tienen configuraciones significativas específicas que se construyen a partir de la interacción de los roles, quedará el interrogante acerca de las continuidades y rupturas de estas dinámicas de valuación en otros casos de estudio del ámbito de la ESC- Solidaria.

Finalmente esperamos que esta aproximación empírica a un fenómeno de la ESC-Solidaria, como son los mercados solidarios, aliente a otros investigadores e investigadoras a contemplar la viabilidad de un camino de conocimiento científico de los mercados como construcciones sociales que, en lugar de sistematizar casos múltiples, pondere la perspectiva de los actores, lo que piensan, perciben y proyectan para afirmar, al final del día, que Otro mundo es posible porque Otra economía es posible.

Bibliografía

- Abramovich, Ana y Vazquez, Gonzalo (2003) “La experiencia del trueque en la Argentina: otro mercado es posible”. Documento de trabajo del Instituto del Conurbano, Universidad Nacional de General Sarmiento.
- ACI (1995) *Declaración de Identidad Cooperativa*. Manchester: II Asamblea General de la Alianza Cooperativa Internacional.
- Acosta, Alberto (2016) *Repensar el mundo desde el Buen Vivir*. Disponible en línea en [<https://www.degrowth.info/en/dim/degrowth-in-movements/buen-vivir/>].
- Alonso, Luis (2003) *La mirada cualitativa en sociología: una aproximación interpretativa*. Madrid: Fundamentos
- Alvarez, Claudia (2017) “Saberes del Territorio en la economía solidaria. Aprendizajes para un desarrollo endógeno del Buen Vivir” en *Revista Cooperativismo & Desarrollo*, 25 (111).
- Arruda, Marcos (2005) *Humanizar lo infrahumano. La formación del ser humano integral: homo evolutivo, praxis y economía solidaria*. Barcelona: Icaria.
- Aspers, Patrik (2006) *Markets in Fashion. A phenomenological approach*. New York: Routledge.
- Ballesteros, Enrique (1983) *Teoría económica de las cooperativas*. Madrid: Alianza Editorial
- Baracat, Verónica y Aspis, Jélica (2008) “De la Feria Paralela a la Feria Legal: informe y análisis del marco legal de las ferias y de otros procesos de reconversión de feriantes” en *Revista Otra economía* 2 (2), 153-164.
- Barber, Michael (1991) “The ethics behind the absence of ethics in Alfred Schutz's thought” en *Human Studies*, 14(2-3), 129-40.
- Bauni, Natalia; Díaz, María; Fajn, Gabriel; Molina, Mariela (2015) “Experiencias de comercialización en la economía social: definiciones, prácticas, problemáticas y debates” en *Revista del Observatorio Social sobre Empresas Recuperadas y Autogestionadas*, 12 (2), 4-16.

- Beckert, Jens (2009) "El orden social de los mercados" en *Comunicación, Cultura y Política. Revista de Ciencias Sociales*, 1(2), 145-172.
- Belvedere, Carlos (2018) "Los roles y la escisión del ego agens en personalidades múltiples. Consideraciones con base en la sociología fenomenológica de Alfred Schütz" en González, Jorge (de.) *Fenomenología y hermenéutica en la sociología contemporánea*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia. Facultad de Ciencias Humanas. Departamento de Sociología.
- _____ (2006 a) "La fenomenología y las ciencias sociales. Una historia de nunca empezar" en: *Sociedad*, 25. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
- _____ (2006 b) *Semejanza y comunidad. Hacia una politización de la fenomenología*. Buenos Aires: Biblos.
- Bessy, Christian y Chauvin, Pierre-Marie (2013) "The Power of Market Intermediaries: From Information to Valuation Processes" en *Valuation Studies*, 1(1), 83-117
- Blois, Juan Pedro y Gené, Mariana (2011) "Las ideas y las cosas. Los estudios sociales de la economía y el debate sobre la performatividad de la ciencia económica" en *Intersticios: Revista sociológica de pensamiento crítico*, 5 (1), 89-106
- Bragulat, Jorge (2005) "La economía social y las cooperativas eléctricas" en Bragulat y Gallo (comp.) (2005) *Aportes para el desarrollo de las cooperativas de electricidad*. Buenos Aires: Intercoop Editora Cooperativa.
- Bucolo, Elisabetta (2004) "El comercio justo, una red cívica de alcance internacional" en Laville, Jean Louis (2004) *Economía social y solidaria. Una visión europea*. Buenos Aires: UNGS – Altamira.
- Caballero, Luis; Dumrauf, Sergio; González, Edgardo; Mainella, Florencia & Moricz, Mariana (2011) "Los procesos organizativos de la agricultura familiar y la creación de ferias y mercados de economía social" en *Otra Economía*, 4(7), 26-41.
- Cabrolí Vargás, Magaly (2010) "La intersubjetividad como sintonía en las relaciones sociales. Redescubriendo a Alfred Schütz" en *Polis Revista Latinoamericana*. Disponible en línea en [<https://journals.openedition.org/polis/929>].

- Campetella, Andrea; González Bombal, Inés y Roitter, Mario (2000), “Definiendo el sector sin fines de lucro en Argentina” en *Estudios sobre el sector sin fines de lucro en Argentina*. Roitter y Bombal (comp). Centro de estudios del Estado y Sociedad (CEDES). The Johns Hopkins University, Buenos Aires, Argentina.
- Caracciolo Basco, 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.
- _____ (2012) Estudio de los consumidores de la feria de la agricultura familiar manos de la tierra: aportes para la construcción de la economía social y solidaria. Buenos Aires: ediciones INTA.
- Caracciolo Basco, Mercedes y Foti Laxalde, María del Pilar (2013) *Economía social y solidaria. Aportes para una visión alternativa*. Buenos Aires: Programa de Estudios Avanzados en Economía Solidaria. IDAES – UNSAM.
- _____ (2003) “Refundando la utopía” en Caracciolo Basco, Mercedes y Foti Laxalde, María (2003) *Economía Solidaria y Capital Social. Contribuciones al desarrollo local*. Buenos Aires: Paidós.
- Castoriadis, Cornelius (1980) “El mito del desarrollo” en *Reflexiones sobre el desarrollo y la racionalidad*, VV. AA. Madrid: Editorial Kairos.
- Castro, Nazaret (2017) *La dictadura de los supermercados*. España: Akal
- Cefaï, Daniel y Trom, Danny (2001) *Les formes de l’action collective. Mobilisations dans des arènes publiques*, (París: École des Hautes Etudes en Sciences Sociales). Traducción José Cornejo: in A. Natalucci (ed.), *Sujetos, movimientos y memorias. Sobre los relatos del pasado y los modos de confrontación contemporáneos*, La Plata, Al Margen, 2008, p. 49-79.
- Chávez, Brenda (2017) *Tu consumo puede cambiar el mundo. El poder de tus elecciones, conscientes y críticas*. Barcelona: Península.
- Contreras, Juan; Gallo, Mahuén; Molina, Mariela; Moricz, Mariana; Putero, Lorena (2014) *Informe de la Economía Popular N°1*. Centro de Estudios Económicos y Sociales Scalabrini Ortiz (CESO). Disponible en línea en [https://www.ceso.com.ar/sites/www.ceso.com.ar/files/informe_mayo_final.pdf]

- Coraggio, José Luis (2016) "La economía social y solidaria (ESS): niveles y alcances de acción de sus actores. El papel de las universidades." en Puig, Carlos (Coord.) (2016) *Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas*. Bilbao: Hegoa
- _____ (2013) "La Economía Social y Solidaria ante la pobreza" en *Voces en el Fenix. La Revista del Plan Fenix*. 4 (22).
- _____ (2012) "Karl Polanyi y la Otra Economía en América Latina" en *Karl Polanyi. Textos escogidos*, UNGS/CLACSO, Buenos Aires.
- _____ (2009) "Economía del trabajo" en Cattani, Antonio; Coraggio, José Luis y Laville Jean-Louis (Org.) (2009) *Diccionario de la Otra Economía*. Buenos Aires: UNGS/ALTAMIRA/CLAACSO,
- _____ (2007) "Una perspectiva alternativa para la economía social: de la economía popular a la economía del trabajo" en Coraggio, José Luis Org. (2007) *La economía social desde la periferia: contribuciones latinoamericanas*. Buenos Aires: Altamira.
- _____ (2005) "¿Es posible otra economía sin (otra) política?" Versión revisada de la ponencia presentada en el panel "Cuestión social y políticas sociales ¿políticas de emergencia o construcción de políticas estratégicas de carácter socioeconómico?", II Congreso Nacional de Sociología, VI Jornadas de Sociología de la UBA, Pre ALAS 2005, Buenos Aires.
- _____ (1998) "Las redes de trueque como institución de la economía popular". Disponible en [<https://coraggioeconomia.org/jlc/trueque004.htm>]
- Coscione, Marco (2008) *El comercio justo. Una alianza estratégica para el desarrollo de América Latina*. Madrid: Ediciones de la catarata.
- Cotera Fretell, Alfonso y Ortiz Roca, Humberto (2004) "Comercio Justo" en Cattani, Antonio (Org.) (2004) *La otra economía*. Buenos Aires: UNGS – Altamira.
- Defourny, Jacques (2003) "La larga marcha del concepto de economía social" en Vuotto, Mirta Comp. (2003) *Economía Social: precisiones conceptuales y algunas experiencias históricas*. Buenos Aires: Altamira.
- Denzin, Norman y Lincoln, Yvonna (1994) "Introduction: Entering the Field of Qualitative Research" en Denzin, Norman y Lincoln, Yvonna (eds.) *Handbook of Qualitative Research*. California: Sage Publications.

- Desroche, Henri (1977) *El desarrollo intercooperativo. Sus modelos y sus combinaciones*. Buenos Aires: Intercoop.
- Díaz Bravo, Laura; Torruco García, Uri; Martínez Hernández, Mildred y Varela Ruiz, Margarita (2013) La entrevista, recurso flexible y dinámico. en *Investigación educ. médica*. 2 (7). Disponible en [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&nrm=iso]
- Fernández Miranda, Rodrigo (2016) “La equidad en sus laberintos. Evolución de las concepciones y prácticas en el comercio justo” en *Revista Idelcoop*, 219.
- _____ (2017) “Organizaciones, ciudadanía, Estado y consumo. Otro modelo de consumo: reflexiones sobre líneas de acción de la Economía Social y Solidaria en un marco neoliberal” en Caracciolo, M. (coord.) *Economía Social y Solidaria en un escenario neoliberal. Algunos retos y perspectiva*. CEUR – Conicet.
- Flick, Uwe (1998) *An introduction to qualitative research*. London: Sage Publications.
- Flury, Jorgelina (2017) “Pensar la cultura en la economía social, comunitaria y solidaria” en *IV Congreso de Economía Política. Del modelo industrial con inclusión social al modelo financiero. Argentina y la región en la encrucijada*. Buenos Aires: 17 y 18 de octubre 2017.
- Gaiger, Luiz Inácio (2004) "Emprendimientos económicos solidarios" en Cattani, Antonio (Org.) (2004) *La otra economía*. Buenos Aires: UNGS – Altamira.
- García, Oscar (2007) *La pelota cuadrada. Cómo se juega a la Solidaridad en la Argentina Posmoderna*. Buenos Aires: Ediciones seguir creciendo.
- García Guerreiro, Luciana (2010) “Espacios de articulación, redes autogestivas e intercambios alternativos en la ciudad de Buenos Aires” en *Revista Otra economía* 4 (6), 68-82.
- Geicsnek, Evangelina (2010) “Comunidad, autoridad y lazo social en Max Weber” en *VI Jornadas de Sociología de la UNLP*. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. Departamento de Sociología, La Plata.
- Gil Ospina, Armando (2002) “Racionalidad económica ¿debate sempiterno?” en *Revista académica e institucional de la UCPR*, 63, 51-76

- Glaser, Barney y Strauss, Anselm (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine Publishing
- Gobo, Giampietro (2005) "The Renaissance of Qualitative Methods" en Forum Qualitative Research, 6 (3) Disponible en [<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/5/12>]
- Godelier, Maurice (1979) *Racionalidad e irracionalidad en economía*. México: Siglo XXI
- González Bombal, Inés (2002) "Sociabilidad en clases medias en descenso: experiencias en el trueque" en Feldman (2002) *Sociedad y sociabilidad en la Argentina de los 90*. Buenos Aires: Biblos-UNGS.
- Gourevitch, Peter (2011) "The Value of Ethics: Monitoring. Normative Compliance in Ethical Consumption Markets" en J. Beckert and P. Aspers (Eds.), *The Worth of Goods. Valuation and Pricing in the Economy* (pp. 86-105). Oxford/New York: Oxford University Press.
- Guber, Rosana (2013) *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós
- Gudynas, Eduardo y Acosta, Alberto (2011) "La renovación de la crítica al desarrollo y el buen vivir como alternativa" en *Utopía y Praxis Latinoamericana*. Vol 16 n°53
- Guerra, Pablo (2010) "La economía solidaria en Latinoamérica" en *Revista Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*. N° 110
- _____ (2009) "El comercio justo y la economía solidaria deben ir de la mano" en el portal ALAI - América Latina en movimiento. Disponible en [<http://www.alainet.org/active/29319&lang=es>]
- Harvey, David (2015) *Breve historia del neoliberalismo*. Buenos Aires: Akal
- _____ (2014) *Diecisiete contradicciones del capital y el fin del neoliberalismo*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Herranz Gonzalez, Roberto (2008) "George Simmel y la sociología económica: el mercado, las formas sociales y el análisis estratégico" en *Papers Revista de Sociología*. N°87. 269-286
- Hinkelammert, Franz y Mora Jiménez, Henry (2009) "Por una economía orientada hacia la reproducción de la vida" en *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, 33, 39-49.

- Hintze, Susana (2004) "Capital social y estrategias de supervivencia. Reflexiones sobre el "capital social de los pobres" ". En C. Danani (Comp.), *Políticas sociales y economía social: debates fundamentales*. Buenos Aires: UNGS-Fundación OSDE-Altamira.
- Kicillof, Axel (2010) *De Smith a Keynes. Siete lecciones de historia del pensamiento económico. Un análisis de los textos originales*. Buenos Aires: Eudeba.
- Kjellberg, Hans y Mallard, Alexandre (2013) "Valuation Studies? Our Collective Two Cents" en *Valuation Studies*, 1(1), 11-30.
- Knoblauch, Hubert; Flick, Uwe y Maeder, Christoph (2005) "Qualitative Methods in Europe: The Variety of Social Research" en *Forum: Qualitative Social Research*, Vol 6, Nro 3, art 34. Disponible en [<http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/issue/view/1>]
- Laval, Christian y Dardot, Pierre (2014) *Común. Ensayo sobre la revolución en el siglo XXI*. Barcelona: Gedisa.
- Laville, Jean - Louis (2004) "El Marco conceptual de la economía solidaria" en Laville, Jean - Louis (2004) Comp. *Economía social y solidaria. Una visión europea*. Buenos Aires: Altamira.
- Lechat, Noëlle (2003) "Economía moral" en Cattani, Antonio (Org.) (2004) *La otra economía*. Buenos Aires: UNGS – Altamira.
- Le Quang, Mathieu (2013) *Ecosocialismo y Buen Vivir. Diálogo entre dos alternativas al capitalismo*. Quito: Editorial IAEN.
- Levesque, Benoit (2012) *Social Innovation and Governance in public management Systems: Limits of npm and search for alternatives?* Quebec: Centre de Recherche sur les Innovations Sociales (CRISES)
- Levis, Diego; Dieguez, Sol y Koval, Santiago (2010) "Una propuesta metodológica para el estudio de la presencia de marca en los medios de información (informe de investigación)" en *XIV JORNADAS NACIONALES DE INVESTIGADORES EN COMUNICACIÓN. "Investigación y participación para el cambio social"*. Universidad Nacional de Quilmes - 16, 17 Y 18 de septiembre de 2010. Mesa N° 36. Discurso, publicidad y representaciones. Área: Discursos, lenguajes y textos. Coordinadora: María Rosa del Coto. Disponible en línea en

[<https://www.santiagokoval.com/documentos/Diego-Levis-Santiago-Koval-Sol-Diego-Ponencia-2010-Red-Quilmes.pdf>]

- Lipovetsky, Gilles (2007) *La Felicidad paradójica: Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona: Anagrama.
- López, Daniela (2018) “Aspectos conceptuales del enfoque sociológico de los precios” en López, Daniela y Lewkow, Lionel (2018) *El significado social de los precios*. Buenos Aires: Teseo.
- López, Daniela y Laborda, Valeria (2019) “Economic Institutions From a Phenomenological Perspective: The Case of a Social and Solidarity Economy in Buenos Aires” en *Schutzian Research*, 11. 11-41
- López Córdova, Dania (2014) “La reciprocidad como lazo social fundamental entre las personas y con la naturaleza en una propuesta de transformación societal” en Marañón Pimentel, Boris (Coord.) (2014) *Buen Vivir y descolonialidad. Crítica al desarrollo y la racionalidad instrumentales*. México DF: UNAM
- Lorenc Valcarce, Federico (2012) “Sociología de los mercados: modelos conceptuales y objetos empíricos en el estudio de las relaciones de intercambio” en *Papeles de Trabajo*. Año 6, N°9, junio de 2012, pp. 14-36.
- Luzzi, Mariana (2006) “¿El trueque es lo mismo para todos? Dimensiones de la participación en la experiencia de los clubes de trueque” en Acuña, Carlos; Jelin, Elizabeth y Kessler, Gabriel (2006) *Políticas sociales y acción local. Diez estudios de caso* (págs. 217-250). Buenos Aires: IDES-UdeSA-UNGS.
- _____ y Del Cueto, Carla (2016) “Salir a comprar. El consumo y la estructura social en la Argentina reciente” en Kessler, Gabriel (dir.) (2016) *La sociedad argentina hoy. Radiografía de una nueva estructura*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores-Fundación OSDE.
- Maffesoli, Michel (1993) *El conocimiento ordinario*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Mance, Euclides (2008) *La revolución de las redes. La colaboración solidaria como una alternativa post-capitalista a la globalización actual*. México: ECOSOL, FONDESO, UACM y otros.

- _____ (2006) *Redes de colaboración solidaria Aspectos económico-filosóficos: complejidad y liberación*. México D.F.: Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Colección Otras Voces.
- Mason, Jennifer (2002) *Qualitative researching*. Londres: Sage Publications.
- Mason, Paul (2016) *Postcapitalismo. Hacia un nuevo futuro*. Barcelona: Espasa.
- Mauss, Marcel (2009 [1925]) *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*. Buenos Aires: Katz.
- Max Neef, Manfred (2006) *Desarrollo a escala humana. Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Barcelona: Icaria
- Mejía Giraldo, Juan (2016) “Las concepciones de bienestar y el consumo. Un análisis bibliográfico desde la economía civil y las ciencias sociales” en *Revista Otra Economía*, 10(19):241-252.
- Mendizábal, Nora (2006) “Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa” en Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.) *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa
- Michaux, Jacqueline (2005) “El potencial de la economía de reciprocidad: apuntes para la discusión” ponencia presentada el 14/04/15 en el *Encuentro Los Pueblos Originarios camino a la Constituyente*, organizado por APPNOI, Inti Andino, TARI y la Fundación Suma Qamaña en Achocalla, Bolivia.
- Mill, John Stuart (2002 [1863]) *El utilitarismo*. Madrid: Alianza Editorial
- Miño, Montserrat (2014). “Repensando el consumo desde el cooperativismo” en *Revista Idelcoop*. Nro. 212.
- _____ (2015). “Producción, distribución y consumo en la Economía Social y Solidaria. Pasos dados y desafíos en Argentina” en VV.AA. *Economía Solidaria. Experiencias y conceptos*. Serie de Estudios sobre Economía Popular y Solidaria. Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Páginas 87 a 119.
- Montagut, Xavier (2007) “Comercio justo, consumo responsable: posibilidades y límites” en *África América Latina, cuadernos: Revista de análisis sur-norte para una cooperación solidaria*. Madrid, 26, 149-168.
- Montaño, Carlos (2005) *Tercer Sector y Cuestión Social. Crítica al patrón emergente de intervención social*. Sao Paulo: Cortez Editora.

- Montanyés, Xavier (2017) “Una aproximación al supermercadismo” en Montagut, Xavier y Vivas, Esther (Coords.) (2007) *Supermercados, no gracias. Grandes cadenas de distribución: impactos y alternativas*. Barcelona: Icaria
- Montesperelli, Paolo (1998) *L' intervista ermeneutica*. Milán: Franco Angeli
- Monzón Campos, Luis (2016) “La Economía Social en la literatura económica y en los hechos: 30 años de historia del CIRIEC-España”. Texto de la Conferencia pronunciada el 19 de octubre de 2016 en el Paraninfo de la Universitat de València, con motivo del XXX Aniversario de la creación del CIRIEC-España.
- Mora Jiménez, Henry (2013) “Otro mundo es posible: otra economía es posible” en *América Latina en Movimiento* N°482 (2013) Año XXXVII, II época. ISSN 1390-1230
- Muniesa, Fabian y Helgesson, Claes-Fredrik (2013) “For What It's Worth: An Introduction to Valuation Studies” en *Valuation Studies*, 1(1), 1-10.
- Mutuberría Lazarini (2008) “El debate en torno a la economía social. Discusiones fundamentales desde la perspectiva de los países centrales y la perspectiva de los países de la periferia” en *Revista Idelcoop*. 35 (183)
- Neiman, Guillermo y Quaranta, Germán (2006) “Los estudios de caso en la investigación sociológica” en Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.) *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa
- Osorio, Francisco; Cooper, Doris y Quiroz, Daniel (1999) “Observación participante. El caso de Alison Spedding” en *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*. 6, 195-211
- Ostrom, Elinor (2015) *El gobierno de los bienes comunes. La evolución de las instituciones de acción colectiva*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Palma Torres, Arturo y Gomes, Rosemary (2009) “Comercio justo y solidario en América Latina” en *El comercio justo en España 2008. Canales de importación y distribución*. Barcelona: Icaria.
- Pastore, Rodolfo (2006) Diversidad de trayectorias, aproximación conceptual y pluralidad de proyectos de la Economía Social. Buenos Aires: Centro de Estudios de Sociología del Trabajo. Facultad de Ciencias Económicas. UBA (Documento 54)

- Piovani, Juan (2018) "El diseño de la investigación" en Marradi, Alberto *Manual de metodología de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Siglo veintiuno editores.
- Platt, Jennifer (1983) "The Development of the "participant Observation" Method in Sociology: Origin Myth and History" en *Journal of the history of the behavioral sciences*. 19 (4)
- Polanyi, Karl (2007 [1944]) *La gran transformación. Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Primavera, Heloisa (2002) "Riqueza, dinero y poder: el efímero 'milagro argentino' de las redes de trueque". Ponencia presentada en el 2º panel de la *Jornada Nacional sobre Trueque y Economía Solidaria*, organizada por el Instituto del Conurbano, la Universidad Nacional de General Sarmiento y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Los Polvorines: 6 de septiembre de 2002.
- Quijano, Aníbal (2008) "'Solidaridad' y capitalismo colonial/moderno" en *Otra Economía*. Volumen II - Nº 2 - 1º semestre/ 2008. Disponible en [<http://www.ceapedi.com.ar/imagenes/biblioteca/libros/60.pdf>] el 25/09/2017.
- Razeto Migliaro, Luis (1994) *Fundamentos de una teoría económica comprensiva*. Santiago de Chile: Ediciones Universitatis Nueva Civilización.
- Sánchez-Migallón Granados, Sergio (2012) "Utilitarismo" en Fernández Labastida, Francisco y Mercado, Juan Andrés (ed.) *Philosophica: Enciclopedia filosófica on line*, disponible en [<http://www.philosophica.info/archivo/2012/voces/utilitarismo/Utilitarismo.html>]
- Schutz, Alfred (2015 [1962]) *El problema de la realidad social. Escritos I*. Tercera edición. Buenos Aires: Amorrortu.
- _____ (2012 [1964]) *Estudios sobre teoría social. Escritos II*. Segunda edición. Buenos Aires: Amorrortu.
- Schutz, Alfred y Luckmann, Thomas (2009 [1973]) *Las estructuras del mundo de la vida*. Buenos Aires: Amorrortu
- Sen, Amartya (1999) *Desarrollo como libertad*. Buenos Aires: Planeta
- Singer, Paul (2007) "Economía Solidaria. Un modo de producción y distribución" en Coraggio, José Luis (2008) *La economía social desde la periferia. Contribuciones latinoamericanas*. Buenos Aires. UNGS – Altamira
- Smith, Adam (1996 [1776]) *La riqueza de las naciones*. Madrid: Alianza Editorial.

- Sosa, Gustavo (2019) *Prácticas y herramientas legales de la integración del cooperativismo de trabajo de Argentina*. Buenos Aires: Colegio de Graduados en Cooperativismo y Mutualismo de la República Argentina.
- Stake, Robert (1999) *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Ediciones Morata.
- Strada Rodríguez, Julia (2012) "Debates al interior de la Economía Social: la reconfiguración neoliberal y la visión regeneradora de las políticas sociales" en *Papeles de Trabajo* N.º 24. Diciembre 2012 - ISSN 1852-4508. Centro de Estudios Interdisciplinarios en Etnolingüística y Antropología Socio Cultural
- Tejedor, Vanina (2014) *La comercialización en el marco de la Economía Social: El caso de la cooperativa "Colectivo Solidario"*. Trabajo final de grado. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación. En Memoria Académica. Disponible en [\[http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1098/te.1098.pdf\]](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.1098/te.1098.pdf)
- Temple, Dominique (2003) *Teoría de la reciprocidad*. Tomo III El frente de civilización. La Paz: Artes Gráficas Editorial Garza Azul.
- Thévenot, Laurent (2016) *La acción en plural. Una introducción a la sociología pragmática*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- Unceta Satrustegui, Koldo (2013) "Decrecimiento y buen vivir. ¿Paradigmas convergentes? Debates sobre el postdesarrollo en Europa y América Latina" en *Revista de Economía Mundial*, 35, 21-45.
- Valles, Miguel (1999) *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Síntesis
- Vasilachis de Gialdino, Irene (2006) "La investigación cualitativa" en Vasilachis de Gialdino, Irene (coord.) *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa
- _____ (1993), "El análisis lingüístico en la recolección e interpretación de materiales cualitativos", en Forni, F. et al, *Métodos cualitativos II. La práctica de la investigación*. Buenos Aires: CEAL.
- White, Harrison (1981) "Where do markets come from?", en *American Journal of Sociology*, 87 (3), Chicago: University of Chicago Press.
- Yakubovich, Valery; Granovetter, Mark y McGuire, Patrick (2005) "Electric Charges: The Social Construction of Rate Systems" en *Theory and Society*, 34, 579-612.
- Yin, Robert (1993) *Applications of case study research*. London: Sage

Zelizer, Viviana (2011) *El significado social del dinero*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Zibechi, Raúl y Hardt, Michael (2013) *Preservar y compartir: bienes comunes y movimientos sociales*. Buenos Aires: Mardulce.

Zick Varul, Matthias (2009) "Ethical selving in cultural contexts: fairtrade consumption as an everyday ethical practice in the UK and Germany" en *International Journal of Consumer Studies*, 33(2), 183-189.

Figura Jurídica (J) Autodenominación (A)	¿Qué es lo que se cooperativiza?	Estrategia	Actores con los que se relacionan	Objeto de reivindicación o disputa	Situación que le da origen	Reciprocidad: Matiz, estructura, forma y nivel
(J) Cooperativa de Consumo	El consumo. En este caso la adquisición de bienes y la oportunidad de acceder a un retorno en función de lo que cada integrante aportó al grupo en materia de consumo.	Los consumidores se agrupan para acceder a la compra de bienes a precios más competitivos. Tienen la oportunidad de proponer bienes a adquirir e incidir en las estrategias de organización del grupo.	Cooperativas de trabajo. Empresas recuperadas. Productores de la economía social. Productores tradicionales y marcas no cooperativas.	Capacidad de organización colectiva a la hora de consumir. Disputa a las grandes plataformas comerciales. Compre cooperativo.	Incapacidad o negación para acceder las grandes plataformas de compras. Oportunidad de compra de bienes por un valor menor sea en el precio final o bien a través del retorno.	Cooperación. Ternaria. Simétrica. Imaginaria.
(J) Cooperativa de Trabajo - (A) Comercializadora Solidaria	El trabajo. En este caso de todas las tareas vinculadas a la actividad de intermediación y comercialización. El retorno se calcula sobre el trabajo aportado al grupo.	Los consumidores (agrupados o de manera individual) se acercan a estos intermediadores para acceder a la compra de bienes producidos exclusivamente de manera autogestiva. Se paga un "precio justo" al productor y se elimina el componente especulativo de la cadena. Todo ello está garantizado por la confianza de los consumidores en el actor intermediario.	Productores de la economía social. Cooperativas de trabajo. Empresas recuperadas. Grupos de consumidores organizados. Consumidores responsables.	Acortar distancias entre productor y consumidor. Eliminar la especulación de la intermediación. Compra como acto político. Consumo transformador.	Política. Necesidad de acceder a "productos éticos" comercializados también de manera "ética y solidaria". Consumo solidario. Oportunidad de fortalecer al sector sin fines de lucro en todos los eslabones de la cadena de producción y distribución.	Cooperación. Ternaria. Simétrica. Simbólica.
(J) Sección Proveeduría de una mutual	El consumo. En este caso la posibilidad de adquisición de bienes más baratos. El excedente de estas actividades es capitalizado.	Los consumidores se agrupan para acceder a la compra de bienes a precios inferiores que los de plaza. Por lo general en AMBA no se trata de bienes de consumo sino de bienes de capital o de uso como productos tecnológicos, electrodomésticos, muebles, etc. de alto valor, con posibilidad de acceder a una financiación.	Productores tradicionales y marcas no cooperativas.	Integralidad de servicios de la mutual que le da origen. Capacidad de acceso a productos caros.	Oportunidad de compra de bienes caros por un valor inferior a los de plaza. Oportunidad a financiación total o parcial.	Mutualidad. Ternaria. Simétrica. Imaginaria.

Figura Jurídica (J) Autodenominación (A)	¿Qué es lo que se cooperativiza?	Estrategia	Actores con los que se relacionan	Objeto de reivindicación o disputa	Situación que le da origen	Reciprocidad: Matiz, estructura, forma y nivel
(C) Mercados sociales - (A) Nodos de trueque - (A) Monedas Sociales - (C) Intercambio solidario - (C) Plataformas colaborativas	El circuito de intercambio. Se ponen en común tanto la producción propia como el consumo.	Las personas que no disponen de recursos monetarios pero sí productivos se reúnen en un espacio (físico o virtual) para intercambiar sus productos. El dinero con el que aquí se realizan las transacciones no es de curso legal, es una moneda social creada, distribuida y administrada por sus usuarios, que se utiliza exclusivamente en este mercado y cumple su función en base al acuerdo entre sus miembros que la legitiman como representante de valor de cambio. Casi siempre se evita el atesoramiento.	Se relacionan los usuarios del mercado social entre sí.	Organización colectiva, creativa y alternativa en situaciones de emergencia y exclusión. Reconocer la capacidad de trabajo de sectores excluidos o desfavorecidos. Posibilidad de atender demandas recíprocas sin necesitar dinero de curso legal. En menor medida hay reivindicaciones políticas, de construcción de alternativas al sistema tradicional de consumo.	Posibilidad de acceder al consumo de bienes para aquellas personas que quedan excluidas de los mercados tradicionales. Necesidad de revinculación social y de reconocimiento de la capacidad de trabajo.	Intercambio solidario. Ternaria. Simétrica. Simbólica
(C) Compras colectivas	La compra de determinados bienes. Generalmente verduras en el Mercado Central aunque no es excluyente.	Los consumidores se agrupan para acceder a la compra de bienes a precios mayoristas.	Mercados mayoristas donde realizan las compras. Agrupaciones políticas o barriales donde se establece una base para la toma de pedidos, recaudación del dinero y entrega de los productos.	Capacidad de organización colectiva a la hora de consumir.	Incapacidad para afrontar el precio minorista. Oportunidad de acceder a bienes por un valor menor al mencionado.	Comensalidad. Ternaria. Simétrica. Imaginaria.
(C) Ferias de la Economía Social - Ferias Solidarias o Ferias del Productor al Consumidor (A)	El consumo. En este caso la adquisición de bienes que provienen exclusivamente de emprendimientos de la Economía Social (al interior de cada emprendimiento se cooperativiza el trabajo)	Los consumidores (agrupados o de manera individual) se acercan a estos espacios, en días y horas pautadas, para acceder a la compra de bienes producidos exclusivamente de manera autogestiva. Existe un contacto directo con los productores o bien con los intermediarios (cooperativas de trabajo) que allí tienen un puesto para comercializar los mismos productos que en sus tiendas.	Productores de la economía social. Agricultores familiares. Cooperativas de trabajo.	Acortar distancias entre productor y consumidor. Eliminar la especulación de la intermediación. Compra como acto político. Consumo transformador.	Política. Necesidad de acceder a "productos éticos" comercializados también de manera "ética y solidaria". Consumo solidario. Oportunidad de fortalecer al sector sin fines de lucro en todos los eslabones de la cadena de producción y distribución. Necesidad de revinculación social y visibilización del sector.	Intercambio solidario. Ternaria. Simétrica. Simbólica.

Figura Jurídica (J) Autodenominación (A)	¿Qué es lo que se cooperativiza?	Estrategia	Actores con los que se relacionan	Objeto de reivindicación o disputa	Situación que le da origen	Reciprocidad: Matiz, estructura, forma y nivel
Ferias populares (C) - Venta ambulante (C) o Manteo (A)	El consumo. En este caso la adquisición de bienes que provienen de la Economía Popular (emprendimientos autogestivos, unidades domésticas, etc)	Los consumidores (agrupados o de manera individual) se acercan a estos espacios, en días y horas pautadas, para acceder a la compra de bienes producidos bajo el signo de la economía popular. Existe un contacto directo con los productores o bien con los intermediarios. En el caso del manteo o la venta ambulante, el consumo no es organizado sino reactivo a la oferta pero todos se consideran integrantes de la Economía Popular (aún cuando los productos sean bienes de reventa, producidos por otras lógicas).	Productores de la economía popular. Unidades domésticas. Agricultores familiares. Colectivos de trabajo.	Organización colectiva y alternativa en situaciones de emergencia y exclusión. Reconocer la capacidad de trabajo de sectores excluidos o desfavorecidos. En menor medida hay reivindicaciones políticas, de organización del amplio sector de la economía popular.	Posibilidad de acceder al consumo de bienes para aquellas personas que quedan excluidas de los mercados tradicionales. Necesidad de revinculación social y de reconocimiento de la capacidad de trabajo.	Ternaria. Simétrica. Imaginaria.
(C) Compras colectivas de cooperativas	La compra colectiva de determinados bienes, generalmente de origen cooperativo.	Las cooperativas se agrupan para acceder a la compra de bienes a precios mayoristas.	Cooperativas de trabajo. Cooperativas de consumo. Federaciones	Capacidad de organización colectiva a la hora de consumir. Integración cooperativa. Intercooperación.	Oportunidad de acceder a bienes por un valor menor al mencionado. Necesidad de fortalecer el sector de la economía social.	Cooperación. Ternaria. Simétrica. Imaginaria.

Anexo 2: Fotografías de Bonpland

Con espacios para la circulación comercial en dos calles laterales pero también con lugares reservados para el encuentro y la realización de actividades colectivas, hacia el fondo del galpón, por donde ingresa el sol la mayor parte del día, colorido, artesanal y amigable, este es el espacio que la gente disfruta transitar.



