



Fernández, Dariana Bredy Agustina

Experiencias en torno a circuitos cortos de comercialización ¿oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción? Ferias de productores/as en el alto valle de Neuquén.

Tesina presentada para la obtención del título de Licenciada en Turismo

Directora: *Dra. María Daniela Rodríguez.*

Co-director: *Lic. Alejandro Karlau*

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el repositorio institucional RDI, que procura la reunión, el registro, la difusión y la preservación de la producción científico-académica éditada e inédita de la Universidad Nacional del Comahue.

Para más información, visite el sitio:

<http://rdi.uncoma.edu.ar/>

La iniciativa está enmarcada en la Ord. N° 0173/2014, con el objetivo de reunir y brindar acceso libre y gratuito a la información científica y académica, producto de las actividades de investigación, docencia y gestión institucional, a fin de garantizar la libre disponibilidad y acceso abierto al conocimiento científico.

Licenciamiento

Esta obra está bajo una licencia Atribución-NoComercial-SinDerivadas 2.5 Argentina de Creative Commons.

Para ver una copia breve de esta licencia, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>.

Para ver la licencia completa en código legal, visite

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/legalcode>

Experiencias en torno a circuitos cortos de comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



FERIAS DE PRODUCTORES/AS EN EL
ALTO VALLE DE NEUQUEN.

Autora: Agustina Fernández.

Directora: María Daniela Rodríguez.

Co - director: Alejandro Karlau.

Carrera: Licenciatura en Turismo.

Agradecimientos

A quienes me ayudaron y brindaron su apoyo a lo largo de todo este arduo trabajo que fue la tesina, mi directora Daniela Rodriguez y mi Co-Director Alejandro Karlau, por su acompañamiento y motivación por la temática, como así también sus aportes y sugerencias a lo largo de todo el proceso de investigación. Sin dudas, su confianza y predisposición fueron claves para lograr este trabajo.

A los y las productores/as de la “Feria de la Tierra a tu Mesa” (Rosa y Daniela) y “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” (Andrea, Gabriela, Hilda y Noelia) por su compromiso y tiempo dedicado a cada una de las entrevistas que me brindaron.

A Cesar Gutiérrez, Ariel Chara y Alfredo Urrutia por su colaboración como intermediarios entre la presente tesina y mi campo de estudio.

A personal del MinTur: Mariana, Marisa y Matías; personal de la Secretaría de Gobierno, Cultura, Turismo y Deporte de San Patricio del Chañar; Matías y Adriana; y, presidente del Ente de Desarrollo Económico de la Ciudad de Plottier: Marcos García, por brindarme su tiempo y acceder a una entrevista en tiempos difíciles como fue la pandemia y su impacto en la actividad turística.

Asimismo, no quiero dejar de agradecer a cada una de las personas que formaron parte de toda mi carrera universitaria y que me acompañan hasta el día de hoy.

Principalmente quiero agradecer a mi mamá, quien, con su apoyo y confianza en mí, desde que decidí estudiar turismo, fue y es el pilar clave hasta el día de hoy. Sin ella no sería la persona que soy ahora.

A mi abuela, que siempre dijo que quería estar presente y verme en este momento tan importante. Fundamentalmente esta tesis está dedicada a ella.

A mi familia de amigos/as, Anne, Cami, Caro, Emi y Li que fueron mi grupo salvador allá por el 2015 cuando todo en la carrera se ponía difícil. Por cada anécdota, viaje y cursada que vivimos juntos/as. Mi mayor alegría y sostén en lo que fue la “vida universitaria” y en lo que es hoy mi vida.

Y, por último, a una de las personas que más confianza tenía en mí, incluso más de la que me tenía yo. Donde estés, sé que me acompañas. Gracias Gustavo Valle por tu capacidad de enseñar

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

incomodando, no solo en lo académico sino en la vida. Uno de los profesores más queridos en la Facultad de Turismo. Te extraño todos los días.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Índice:

Agradecimientos	1
Resumen	4
1-Presentación de la temática de estudio:.....	5
1.1 Problema de investigación:	9
1.2 Objetivos de investigación:.....	12
2-Marco Referencial	13
2.1 San Patricio del Chañar	14
2.2 Plottier	15
2.3 Transformaciones económicas y productivas en la región del Alto Valle de Neuquén	16
3-Apartado Teórico.....	20
3.1 Un nuevo escenario para alternativas productivas ¿y turísticas?	20
3.2 El turismo en los espacios rurales como complemento de las ferias productivas.	23
4-Decisiones teóricas metodológicas:.....	28
5-Análisis de datos:.....	34
5.1 Experiencias en el marco de Circuitos Cortos de Comercialización: Promoviendo una economía local y asociativa.....	34
5.1.1 Feria de Productores y Artesanos de China Muerta, Plottier:	34
Lo comunitario y vivencial de la experiencia	42
5.1.2 Feria de la Tierra a tu Mesa, San Patricio del Chañar:.....	50
Lo vivencial y comunitario como eje de la experiencia	63
5.1.3 Experiencias asociativas, turísticas y comerciales de cercanía	70
5.2 El asociativismo empodera y lo humano atrae	72
5.2.1 Lo alternativo como atractivo: Cuando la autogestión, el asociativismo y la proximidad se unen:	72
5.2.2 Lo cotidiano como atractivo: Hacia una experiencia productiva, educativa y agroecológica.....	89
5.2.3 Cuando “lo humano” marca la diferencia: Alternativas de comercialización y otras formas de intercambio	99
5.3 Re-pensando la actividad turística:	100
5.3.1 La “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” y la “Feria de la Tierra a Tu Mesa” como atractivos turísticos.....	100
5.3.2 Proyectos de interés turístico: Circuito agroturístico y su vinculación institucional.....	105
5.3.3 Turismo y ferias como potencializadores del territorio rural	111
5.3.4 Nuevo escenario: ¿hacia un turismo rural de proximidad?	120
6-Reflexiones finales:.....	125
Bibliografía:	130

Resumen

Las ferias de productores-as en la región del Alto Valle constituyen canales de comercialización directa de importancia para sus protagonistas. Resultan en alternativas a las tradicionales formas de adquirir productos y alimentos, pero al mismo tiempo podrían constituir una estrategia de valor al promover otras prácticas de producción en el espacio rural. Buscando de esta forma minimizar el efecto de la crisis por el que atraviesa la actividad en la zona.

El turismo en este contexto constituye una herramienta que podría complementar estos espacios. Para ello, los-as productores-as son un componente clave en esta dinámica, son los y las portavoces de lo que allí ocurre y al mismo tiempo quienes le dan al espacio la razón de ser y continuidad en el tiempo.

Es por ello que la presente investigación busca conocer más sobre esta dinámica, partiendo del interrogante *¿Cómo se complementan las ferias de productores/as con el turismo en espacios rurales?*. Para ello, se decidió trabajar mediante un estudio de caso dos ferias reconocidas en la zona: “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” y “Feria de la Tierra a tu Mesa” de San Patricio del Chañar, para indagar sobre los alcances y características de la actividad turística en estos espacios rurales.

Finalmente, la presente investigación resulta en un análisis de datos en el que se da cuenta del importante rol que tienen estos espacios como alternativas que visibilizan, resisten y fortalecen aún más lo colectivo, en un contexto donde el individualismo y la lógica del mercado constituyen modelos que aún imperan en el territorio.

Palabras claves: Ferias de productores/as - Turismo rural – Alternatividad – Circuitos Cortos de Comercialización – Economía social.

1-Presentación de la temática de estudio:

La actividad frutícola en la región del Alto valle de Río Negro y Neuquén se estructuró desde el año 1930 como el eje productivo de mayor preponderancia en la economía de la región. El capital extranjero, principalmente británico, como así también el desarrollo del ferrocarril como medio de transporte, contribuyeron de manera significativa al crecimiento de la actividad a partir de la exportación de peras y manzanas a mercados externos (Bandieri,S; Blanco,C; 1991). Sin embargo, como toda actividad económica que se rige en función del valor del mercado, la misma atravesó profundas crisis que afectaron de forma notable a los productores del sector. Acontecimientos como la Segunda Guerra Mundial, el atraso tecnológico del sector, la inserción en el mercado de nuevos competidores¹, la caída de los precios de la fruta, restricciones en la exportación y el encarecimiento de créditos nacionales, entre otros; afectaron la rentabilidad y produjeron la descapitalización principalmente del pequeño productor/a que no pudo hacer frente a los altos valores del mercado.

Por otro lado, la región se caracteriza por el desarrollo de la actividad hidrocarburífera signada principalmente por las exploraciones y desarrollo de YPF a partir de la década del 60. Este escenario se reorientó en la región a partir de la habilitación gubernamental en el año 2013² a la extracción petrolera a través de métodos no convencionales³; lo que derivó en un proceso de auge de la actividad a partir de inversiones extranjeras destinadas a la actividad de extracción y una diversidad de servicios complementarios alrededor de la misma. En este contexto y sumado a un proceso de crisis de la actividad frutícola, la actividad petrolera comienza a determinar fuertemente la dinámica económica y laboral de la región a través de distintos efectos. Se comienza a evidenciar la incompatibilidad entre ambas actividades (Rodil, D; 2015).

Esta incompatibilidad se debe principalmente a que, desde la lógica capitalista del libre mercado, la renta de la tierra para la extracción de hidrocarburos es muy superior al valor de la renta obtenida para el desarrollo de la actividad agropecuaria; aspecto que se expresa en el territorio a partir de cambio en el uso del suelo de la actividad frutícola a la petrolera. Asimismo, este proceso de

¹ como lo fue en la década del 60 el hemisferio sur, principalmente Sudáfrica (Bandieri,S; Blanco,C; 1991).

² YPF firma el acuerdo final con la empresa estadounidense Chevron, para la explotación de un cluster de petróleo no convencional en la formación Vaca Muerta.

³ El cual consiste en la extracción de hidrocarburos, perforando e inyectando a la roca generadora, un fluido compuesto por agua, arena y aditivos. Por lo que las proporciones de agua a utilizar son de muy alta magnitud y la contaminación de esta por los tóxicos utilizados, resulta ser de gran impacto negativo para el medio ambiente.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

acaparamiento de tierras productivas⁴ hizo visible la incompatibilidad de actividades a partir de riesgos sanitarios en la fruta por los derrames de petróleo; riesgos sanitarios en la fruta por contaminación lumínica; fragmentación del espacio productivo que dificulta los controles sanitarios en bloque y complejiza el mantenimiento del sistema de riego; riesgos elevados de contaminación de napas y aguas superficiales (Rodil, D; 2015).

Ante este panorama, resulta interesante preguntarse ¿Qué alternativas económicas tiene la población rural al alcance para disminuir el impacto negativo por el que este sector económico del Alto Valle está atravesando? ¿Cómo se evita que se continúe perdiendo suelo productivo; y a consecuencia de ello, también la pérdida de productores/as y puestos de trabajo? La producción agropecuaria se encuentra en un proceso de retracción por diversos factores que condicionan su desarrollo. Entre ellos aparece la explotación del suelo productivo (no rural) bajo un modelo extractivista que se manifiesta en el norte de la Patagonia principalmente a través de la explotación de petróleo y gas. En este proceso debilitan procesos productivos sustentables de producción de la tierra sostenidos por agricultores y agricultoras familiares.

En este sentido, es que la economía social se considera como el marco a partir del cual pensar alternativas que contribuyan a minimizar los efectos de este modelo extractivista, partiendo de considerar a la misma como esa “otra economía”, que reconoce la coexistencia de distintos principios económicos (intercambio, redistribución y reciprocidad) y de distintas formas de propiedades (lucrativas, estatales y asociativas) promoviendo una sociedad con mercado, pero no de mercado (Coraggio, 2008).

En este contexto, surge el interés por el abordaje de las ferias de productores/as en tanto podrían constituirse en una alternativa válida a la hora de llevar adelante principios de la economía social. Las mismas, pueden ser consideradas como espacios de intercambio y comercialización de productos elaborados en el escenario local, orientados principalmente hacia una demanda local y regional más próxima a estas localidades; esto permite integrarlas en lo que se denomina como mercados de

⁴ El acento sobre el acaparamiento de tierras se basa en las viejas y conocidas imágenes del pasado de las empresas y gobiernos (del Norte) que cercaban el patrimonio común, despojando de él a campesinos y pueblos indígenas, y echando a perder el medio ambiente (en el Sur) (Borras,S y Franco,J, 2010 p.3).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

proximidad, ya que se busca acortar la distancia existente entre productor/a y consumidor (Lizarazu,R, 2014).

Uno de los elementos centrales en torno a las ferias es la ausencia de intermediarios entre producción y consumo, lo que permite catalogar a las ferias como circuitos cortos de comercialización; ya que se tratan de espacios comerciales en los que el productor mantiene un alto poder de decisión en cuanto a qué y cómo se produce y en cuanto a la definición del valor de lo que produce (Paz,R; Jara,C; Nazar,P, 2013). Esto da cuenta de un nuevo modelo, que al mismo tiempo se presenta como una alternativa a los tradicionales modelos productivos capitalistas, en los que “se prima la rentabilidad frente a la calidad de los productos y en donde las largas cadenas de producción enriquecen a los intermediarios mientras explotan y empobrecen a los productores y productoras” (Soberanía Alimentaria. (22 de febrero de 2018). Soberanía Alimentaria. OSALDE. <https://osalde.org/soberania-alimentaria/>).

Resulta interesante entonces pensar el rol que estas ferias juegan en la visibilización del sector agrario, ya que es a través de la comercialización y el estrecho contacto entre productor y consumidor que se da a conocer lo que hay detrás de los productos que se elaboran; y de esta forma se contribuye al reconocimiento de la labor diaria del productor y de la cadena de elaboración de los alimentos.

A partir de la observación realizada en la última edición del Festival Manduca⁵ del año 2019 en la localidad de San Patricio del Chañar, se pudo dar cuenta que, desde el punto de vista de la actividad turística, las ferias constituyen espacios de esparcimiento y recreación como experiencias innovadoras y atractivas para el visitante en la región. Esto se debe, a que existe en la actualidad una tendencia hacia el consumo de alimentos saludables y orgánicos; lo cual les agrega valor y unicidad a ofertas de este tipo.

El turismo como actividad social y económica, en muchos casos promueve y dinamiza la economía local como actividad complementaria; y en muchas ocasiones, contrarresta los efectos de una economía globalizada que deja de lado las actividades económicas principales de un entorno local, ya que no resultan rentables para el mercado.

⁵ Dicho festival integra desde el año 2018 a la feria de la Tierra a tu Mesa, tal es así que para la presente investigación se tomará a dicha feria en contexto con el Festival Manduca.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

En este sentido, las ferias de productores/as pueden considerarse como una alternativa estratégica para el impulso de actividades no agrícolas en el ámbito rural; y el turismo puede actuar como un complemento a esa actividad económica principal, fortaleciendo el espacio ferial y revitalizando las tareas productivas a través de diversas experiencias orientadas al contacto con la naturaleza, la gastronomía elaborada a partir de productos orgánicos y artesanales y la comercialización de estos productos.

En función de lo mencionado con anterioridad, es que para la presente investigación se analizan dos iniciativas que se llevan a cabo en la región del Alto Valle; por un lado, la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” en la localidad de Plottier y por otro, la Feria de Productores y Elaboradores “De la tierra a tu Mesa” (esta última en el contexto del Festival Manduca del Centro de Formación Agropecuaria n°2) en San Patricio del Chañar. Estas iniciativas se toman en consideración teniendo en cuenta que se trata de propuestas localizadas en dos corredores productivos de importancia en la provincia de Neuquén; el corredor productivo del valle del río Limay y el corredor productivo del valle del río Neuquén. Ambos, con condiciones físico-ambientales favorables para la producción frutícola y hortícola en fresco; como así también, con características similares vinculadas al desarrollo productivo y principalmente turístico entre las localidades integrantes. Las ferias se analizan desde sus inicios en los años 2012 y 2013 respectivamente, hasta la actualidad; considerando que las mismas constituyen un espacio de intercambio entre productor y visitante.

Se podría pensar a estas propuestas como alternativas en las que quizás, a partir de principios basados en el asociativismo, se busque generar una actividad económica de gestión autónoma y democrática. Ambas experiencias constituyen espacios sociales y económicos en los que se comercializan diversos productos elaborados en la región; y al mismo tiempo, resultan ser espacios propicios para el esparcimiento y la recreación, innovadores desde el punto de vista turístico recreativo.

1.1 Problema de investigación:

En un contexto de retroceso de la actividad frutícola y de emergencia de las ferias productivas en el Alto Valle, la relación entre estos espacios y la actividad turística resulta de interés. Tal es así, que surge el siguiente interrogante de investigación que estructura el presente trabajo: *¿Cómo se complementan las ferias de productores/as con el turismo en espacios rurales?*

Los territorios rurales fueron identificados por mucho tiempo como sectores periféricos, relacionados al sector primario de la economía y estructurados en pequeños y medianos núcleos de población; sin embargo en el último tiempo estos comenzaron a revertir algunas de sus debilidades produciéndose un rescate no sólo del entorno geográfico característico del medio rural, sino también de las formas de vida, los alimentos y los servicios, como parte de la identidad cultural de las poblaciones (Toselli, C, 2019).

Las ferias de productores/as se constituyen como espacios sociales de comercialización que tienen como eje la producción artesanal y local. Se trata de alternativas de producción, comercialización y consumo que tienen un importante papel en relación a la visibilidad del medio rural (Alamo, M, 2019). Desde el punto de vista de la economía social y solidaria, en estos espacios se genera una resignificación del mercado como espacio público y al mismo tiempo, son “claves para afianzar la soberanía alimentaria, diversificar la comercialización y aportar al desarrollo de las relaciones urbano-rurales”. (Alamo, M, 2019, p.6).

Pensar el turismo desde este enfoque resulta novedoso, en tanto se articula este fenómeno con conceptos como la economía social y la soberanía alimentaria; dando como resultado la necesidad de conocer su dinámica, alcances y limitaciones en la práctica.

A través del turismo se establece un vínculo entre esas prácticas cotidianas del entorno rural con prácticas recreativas; tal es así que las ferias resultan experiencias innovadoras para él y la visitante, quien se acerca a estos lugares desde los conglomerados urbanos motivados a adquirir productos frescos y orgánicos como así también, por el atractivo que resulta la feria en sí misma. Los y las visitantes encuentran en estos espacios un entorno natural al aire libre, con feriantes/productores-as dispuestos-as en su mayoría a intercambiar información sobre la elaboración y/o producción de los

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

productos que ofrecen, con espacios destinados para el disfrute de artistas locales; y sectores específicos para que puedan sentarse y degustar comidas artesanales que se ofrecen en el predio.

En este sentido, un supuesto a partir del cual se parte y será retomado en próximos apartados con la teoría y los datos obtenidos, es el hecho de que las ferias de productores/as presentan un componente recreativo que las transforma en experiencias que escapan a un turismo tradicional masificado y estandarizado, para dar lugar a una nueva forma de pensar la actividad, a través de prácticas de consumo más responsables y conscientes.

Es importante destacar, que el contexto en el que nos encontramos inmersos producto de la pandemia COVID-19, ha ocasionado grandes dificultades económicas en las ferias de productores/as del Alto Valle; ya que productores/as y/o feriantes, en el inicio de la pandemia (más precisamente en el periodo comprendido entre Marzo y Septiembre 2020), les resultó imposible reabrir estos espacios al público por no conseguir la habilitación correspondiente por parte de los organismos competentes. En este arduo contexto, la actividad turística también resultó afectada, no solo desde el punto de vista económico sino también en la forma en la que se piensa y se lleva a cabo la actividad. Se debieron re-adaptar productos y servicios, con nuevos protocolos para estos nuevos viajeros post- pandemia. Es por ello, que ahora a las prácticas de consumo responsables y conscientes que promueven estos espacios rurales, se le suma la seguridad sanitaria post COVID-19.

Por consiguiente, el escenario de post pandemia presentó algunos desafíos para las ferias de productores/as, ya que la forma en que habitualmente se llevaban a cabo cambió. Feriantes y productores/as debieron adoptar una serie de medidas sanitarias y de prevención al contacto con el público visitante. La propia dinámica de la feria también resultó alterada ya que, por ejemplo, la capacidad de visitantes se redujo a un número considerado apto para mantener el distanciamiento social preventivo y obligatorio. En este nuevo escenario, el rol de los Centros de Formación Profesional Agropecuaria (CFPA N°1 y CFPA N° 2) como instituciones educativas de Formación Profesional fue, es y será fundamental, para la capacitación mediante talleres de manipulación de alimentos, de aplicación de medidas de prevención, de comunicación de las mismas al público asistente, entre otras.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

No obstante, se visualiza un ambiente favorable para esta modalidad turística, ya que según algunos expertos⁶ y fuentes consultadas durante el aislamiento en el año 2020, se estimaba que se produciría un aumento de las visitas locales, esto es, atractivos y espacios turísticos más próximos al lugar de residencia; teniendo en cuenta también que serían una de las primeras formas de movilidad que serían habilitadas. Asimismo, se evidencia la aparición de un turista más conectado con el medio natural que busca experiencias al aire libre y que involucren actividades de turismo activo (trekking, ciclismo). En consonancia con ello, es que se visualiza al turismo rural como uno de los más beneficiados, en tanto el viajero buscará destinos más próximos y accesibles a los que pueda visitar por sí mismo y que involucren prácticas responsables para con el entorno y la comunidad (Adamuz,J (04/05/2020) Las claves del turismo post COVID - 19. *National Geographic*. https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/turismo-despues-coronavirus_15469).

⁶ La compañía Lonely Planet realizó un artículo respecto de las formas en que cambiaría luego de la pandemia, la actividad turística y los viajeros. Para ello, recopiló perspectivas de diferentes personas vinculadas a la actividad.

1.2 Objetivos de investigación:

Objetivo General:

- Conocer la complementariedad entre el turismo y la "Feria de Productores y Artesanos de China Muerta" y la "Feria de la Tierra a tu Mesa" en tanto espacios alternativos de comercialización.

Objetivos específicos:

- Describir las ferias denominadas "Feria de Productores y Artesanos de China Muerta" en Plottier y "Feria de la Tierra a tu Mesa" del cfpan°2 en San Patricio del Chañar, en el marco de circuitos cortos de comercialización en el Alto Valle de Neuquén.
- Conocer las proyecciones que productores/as que participan en las ferias y organismos públicos, tienen respecto del vínculo entre las ferias y el turismo.
- Explorar qué prácticas de la economía social pueden vincularse con el desarrollo de la actividad turística en dichos espacios de comercialización.

2-Marco Referencial

Las experiencias tomadas en consideración en la presente investigación, tienen lugar en la región del Alto Valle de Neuquén; específicamente en los valles inferiores de los ríos Neuquén y Limay, representando dos corredores productivos de la Provincia: por un lado, el río Limay y por otro el río Neuquén. El área presenta condiciones físico-ambientales favorables para la producción frutícola y hortícola en fresco, entre las que se destacan la disponibilidad de agua proveniente de las obras hídricas realizadas sobre ambos ríos y un particular clima que juega un rol preponderante en la obtención de productos en cantidad y calidad (Plan Frutícola Provincial, 2006).

Estos corredores productivos constituyen una de las áreas de mayor aprovechamiento productivo de la provincia; ya que cuenta con producción hidroeléctrica como así también producción agrícola y en menor medida ganadera (Martínez,S, 2006). Por el lado del valle del Río Limay, algunas de las localidades que forman parte de este corredor son: Neuquén Capital, Picún Leufú, Plottier, Senillosa y Villa El Chocón. Por el lado del valle del Río Neuquén se encuentran: Neuquén capital, Buta Ranquil, Añelo, San Patricio del Chañar, Zapala, Las Lajas, Loncopué y El Hueco.

Cada una de estas localidades presentan características bien definidas entre sí; y al mismo tiempo, muchas de ellas trabajan en conjunto en diversos proyectos que las vinculan, debido en su mayoría, a la cercanía existente entre una localidad y otra. Por otra parte, dadas las condiciones del ambiente y el desarrollo en el sector, la actividad económica que prevalece en ambos corredores es principalmente la agrícola.

La actividad frutícola se destaca como la unidad económica principal y se localiza fundamentalmente en la zona de la confluencia de ambos ríos; concentrándose en la producción de manzanas y peras. No obstante, también tienen lugar la producción de duraznos, ciruelas, nogales, guindas, pelones, tomates y alfalfa; aunque en menor medida. La producción de uvas es también muy importante, esta se concentra en las localidades de San Patricio del Chañar y Añelo, aunque también se cuenta con plantaciones en diversas zonas del interior provincial. La mayor parte de esta producción se destina a la fabricación de vinos (Abeucci,C y Sarafian,P, 2006).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

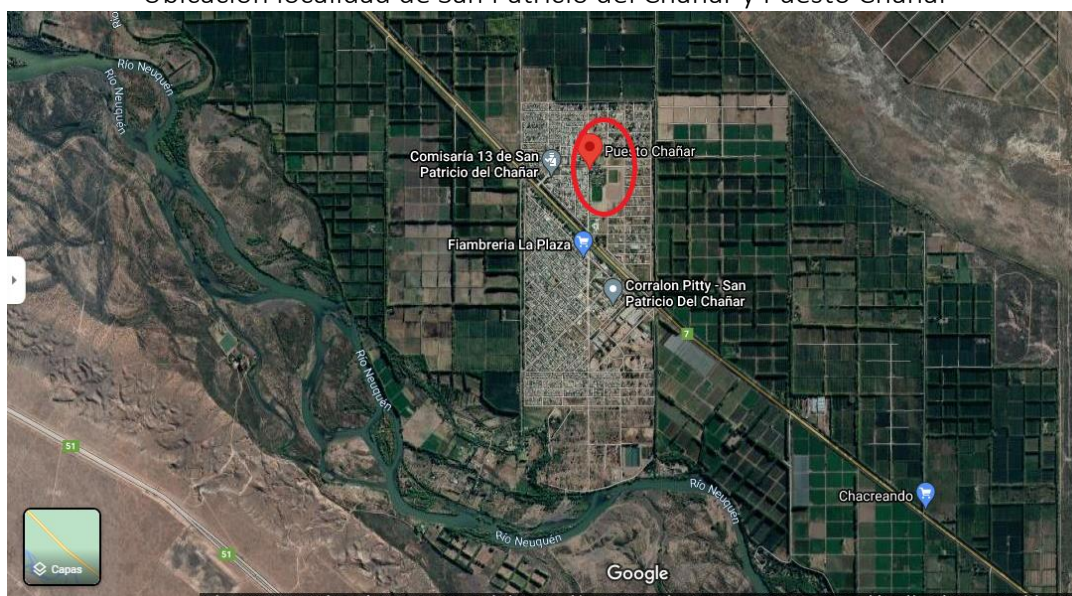
2.1 San Patricio del Chañar

La localidad de San Patricio del Chañar se encuentra localizada en el departamento de Añelo, aproximadamente a 45 km de la ciudad de Neuquén. Según el Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas (2010) la localidad contaba en ese entonces con 7.457 habitantes. Sin embargo, según estimaciones del intendente de la ciudad en el año 2018⁷ la población había crecido a 12.000 habitantes.

Esta localidad es reconocida por la producción vitivinícola y la producción principalmente de frutas de carozo; allí se encuentran cinco bodegas⁸ que brindan visitas guiadas y servicios adicionales a sus viñedos e instalaciones. Tal es así, que San Patricio del Chañar forma parte de la denominada “Ruta del Vino de la Patagonia⁹”; un corredor turístico que forma parte de los productos turísticos llevados a cabo por el Ministerio de Turismo de la Provincia del Neuquén.

Figura 1

Ubicación localidad de San Patricio del Chañar y Puesto Chañar



Nota. Adaptado de *Ubicación localidad de San Patricio del Chañar y Puesto Chañar, 2021*, elaboración propia.

⁷ Según datos que se obtuvieron en el artículo periodístico: <https://www.lmneuquen.com/el-chañar-sopla-45-velitas-pleno-crecimiento-n592513>

⁸Bodega Del Fin Del Mundo, Bodega Malma, Bodega Familia Schroeder, Bodega Secreto y Patagónico, Bodega Patritti. Según información suministrada en la página del Municipio de San Patricio del Chañar.

⁹La Ruta del Vino, recorre las provincias de Neuquén y Río Negro; concentrándose principalmente en la localidad de San Patricio del Chañar. Esta gran región cuenta con valles irrigados y áreas de la Meseta Patagónica con un clima apto, suelo y agua de óptima calidad para la implantación de diferentes cultivos.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

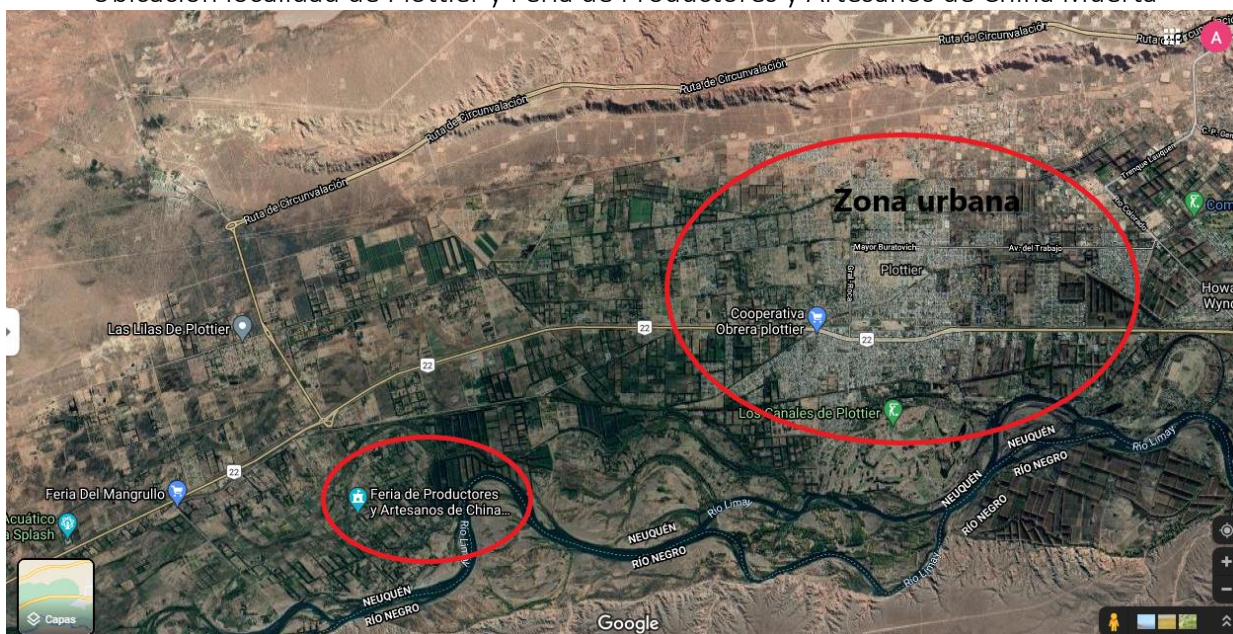
2.2 Plottier

Por otro lado, la localidad de Plottier se localiza en el departamento Confluencia aproximadamente a 15 km de la ciudad de Neuquén. Esta localidad abarca una superficie de 13.500ha y según el Censo Nacional de Población, Hogares y viviendas (2010) para ese entonces la localidad contaba con 33.600 habitantes; actualmente se estima que cuenta con aproximadamente 55000 habitantes¹⁰ lo que la convierte en la segunda ciudad con ese número de habitantes en la provincia.

La localidad está asentada sobre el curso inferior del río Limay lo cual se presenta como un oasis agrícola para los productores de la zona. La actividad frutícola se aboca principalmente a la producción de frutas finas, uvas, manzanas, y peras; sin embargo, las políticas económicas de los '90 y la crisis posterior obligaron a muchos chacareros a dejar sus campos, los cuales en su mayoría fueron vendidos a privados y transformados en barrios privados.

Figura 2

Ubicación localidad de Plottier y Feria de Productores y Artesanos de China Muerta



Nota. Adaptado de *Ubicación localidad de Plottier y Feria de Productores y Artesanos de China Muerta*, 2021, elaboración propia.

¹⁰ Según datos que se obtuvieron en el artículo periodístico: https://vaconfirma.com.ar/?articulos_seccion_714/id_4038/-plottier-ya-es-la-segunda-ciudad-de-la-provincia-

2.3 Transformaciones económicas y productivas en la región del Alto Valle de Neuquén

Las transformaciones que han experimentado estos territorios en las últimas décadas, vinculadas al proceso de globalización y a los cambios en el modelo de desarrollo orientado hacia una mayor apertura económica y articulación con los mercados de productos y servicios, han configurado nuevas dinámicas económicas y sociales vinculadas a procesos productivos intensivos.

La región que abarca las localidades de San Patricio del Chañar y Plottier, se caracteriza principalmente por la producción frutícola. Esta actividad se basó desde principios del siglo pasado principalmente en la exportación de manzanas y peras¹¹ a países importadores como Rusia, Holanda, Alemania, Emiratos Árabes Unidos y Estados Unidos. Esto permitió que los mismos puedan adquirir en Argentina estas especies después de finalizada la temporada de cosecha en el exterior o cuando debido a razones climáticas no es posible su producción local (Márquez, 2015).

Esta actividad se convirtió en el eje productivo de la región desde el año 1930. Previamente la empresa Ferrocarril del Sud¹², de origen británico, financió parte de la infraestructura de sistema de riego e invirtió capital en la conformación de un sistema de empaque y comercialización a través de la empresa Argentina Fruit Distributors, que instaló galpones clasificadores de fruta, acondicionamiento, y embalaje que permitieron entonces la llegada al mercado internacional (Zunino, N; 2008). A partir de entonces, comenzó una etapa de crecimiento sostenido de la actividad basado en el incremento de la producción y de la demanda externa.

El capital británico tuvo un papel protagónico en el impulso de la actividad frutícola en el Valle, principalmente dado por el financiamiento que estas empresas otorgan a la organización productiva de la pequeña explotación mediante la venta de plantas, fertilizantes, plaguicidas y máquinas pulverizadoras a crédito y capacitación a los productores en nuevas técnicas de cultivo (Zunino, N; 2008). De esta forma, controlaron desde el transporte hasta la comercialización y el empaque.

El auge que experimentó la actividad a partir de la exportación a mercados externos, trajo beneficios también a los pequeños productores, quienes “lograron una tasa de ganancia positiva lo que les permitió acceder a nuevas tecnologías existentes en el mercado y entrar en un ciclo de

¹¹Como así también duraznos, nectarines, ciruelas y frutos secos.

¹² la empresa británica Ferrocarril del Sud prolongó el tendido de líneas férreas desde Bahía Blanca hasta la confluencia de los ríos Neuquén y Limay en 1899 (Bandieri: 2005).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

acumulación con crecimiento” (Zunino, N; 2008 p. 43). Asimismo, a fines de la década del 40, como menciona Zunino, N (2008) muchos de estos productores se agruparon en asociaciones o cooperativas que no intervinieron en la exportación, pero si en el empaque e incursionaron en el mercado interno.

No obstante, a partir de la Segunda Guerra Mundial quedó desarticulado el modelo impuesto por Inglaterra al desaparecer la firma inglesa. En 1947 entonces, se fortalecieron empresas exportadoras y/o mayoristas independientes que incorporaron la tecnología para el tratamiento de fruta poscosecha. Esto dio inicio a la integración vertical y a una estrategia de desarrollo para satisfacer la integración industrial vertical dentro del país y la ampliación del mercado interno. (Zunino, N; 2008). La comercialización de la fruta quedó en manos de empresas nacionales vinculadas a los mercados capitalinos de distribución, incorporando empaque y conservación frigorífica a su función de comercialización. Esto generó la pérdida de negociación de los productores primarios frente a los comercializadores, los productores primarios se mantuvieron en la actividad dependiendo de los empacadores y de la industria, entregando su producción en primera venta sin ejercer control sobre los restantes eslabones de la cadena. El productor perdió su capacidad de negociar la cosecha en el momento óptimo de madurez al surgir agentes nuevos que controlaron las cadenas largas de frío (Blanco, 1998).

Entre los años 1950 y 1970 la fruticultura regional logró altos niveles de productividad y el área cultivada creció notablemente. Esto debido a modificaciones en el sistema de transporte, introducción de nuevas tecnologías y por supuesto a los niveles crecientes de la actividad. Además, en esta etapa muchos fruticultores medianos a grandes (generalmente de 20 ha. o más) comenzaron a incursionar en el empaque y luego en la conservación frigorífica; llegando así al mercado interno, pero no accediendo de forma directa a la exportación (Zunino, N; 2008).

Sin embargo, a fines de los '70 se inicia una nueva crisis generalizada de la producción frutícola regional, vinculada principalmente a los mercados de exportación y a cuestiones de política económica interna. Esto devino en una disminución de los precios internacionales y la restricción y encarecimiento del crédito, así se produjo el endeudamiento y la caída general de la rentabilidad del empaque, el frío, la comercialización y la industria (Zunino, N; 2008).

Ante ese panorama, el pequeño productor enfrentó diversas dificultades al momento de desarrollar su actividad habitual, principalmente debido a la falta de rentabilidad, el atraso tecnológico y un acentuado proceso de descapitalización. Además de ello, se sumaron dificultades vinculadas con el

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

medio ambiente (heladas, granizo, sequías, vientos fuertes, etc) que afectan durante los períodos de floración y cuaje; el escaso poder de negociación de precios y condiciones de venta de la fruta frente a las grandes empresas exportadoras; apoyo estatal limitado; elevados costos de producción; y la disminución del precio recibido por la fruta debido a la gran cantidad de intermediarios (Márquez, 2015, p.6). Estas dificultades devinieron en grandes consecuencias, como lo es la pérdida de atractivo del negocio frutícola y el aumento de loteos de chacras, entre otros.

Frente a estas dinámicas macroeconómicas que restringen la producción, como se mencionó anteriormente, los pequeños productores son los más afectados ya que su principal actividad productiva comienza a no ser rentable frente a un sistema económico que se rige en función del valor de mercado. En este sentido, aparece la necesidad de elaborar estrategias para subsistir en un contexto de crisis económico-productiva cada vez más inestable y excluyente (Steimbregger, N et al. 2003); se da lugar a la pequeña producción agropecuaria en mercados alternativos (como ferias de productores/as) buscando acortar circuitos comerciales y aumentar los niveles de apropiación sobre el producto de trabajo (Mauricio, B 2009).

Por otra parte, el incremento del número de trabajadores desocupados en el ámbito rural, principalmente en la década del 90, puso en evidencia la necesidad de la puesta en marcha de nuevas políticas que atiendan la demanda de empleo en el sector. Tal es así que los municipios, en conjunto con instituciones educativas públicas dedicadas a la formación agropecuaria, desarrollaron una serie de programas tendientes a dar solución a esta problemática. Uno de estos programas, aún en vigencia, es el PRODA (Programa de Desarrollo Agroalimentario Provincia de Neuquén¹³); el mismo “nace como una iniciativa de apoyo y promoción a los emprendimientos familiares y comunitarios en materia de producción agroalimentaria, encaminada al fortalecimiento de las pequeñas economías locales”(Programa de Desarrollo Agroalimentario [PRODA], s.f). El Centro de Formación Agropecuaria nº2 (CFPA Nº2) tuvo un rol central para este programa, ya que fue incluido como referencia para el mismo y fue soporte para la dirección técnica de este.

Se puede decir entonces que comienza un proceso de reestructuración de este sistema económico, en donde según las autoras Bendini y Steimbregger (2003) el espacio rural transforma su dinámica habitual, como proveedor de alimentos y de materias primas para la industria agroalimentaria, para

¹³ El programa comienza a delinearse en el marco de la crisis económica, política y social del 2001.

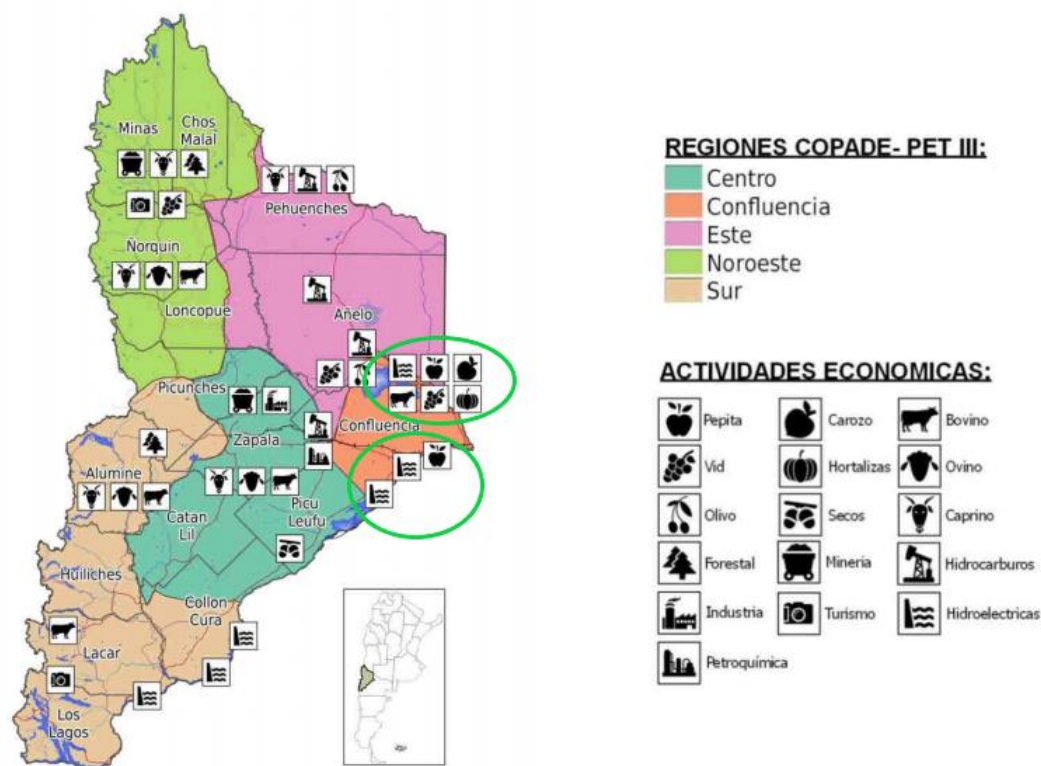
Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

convertirse en un lugar con posibilidades de inserción laboral para el ciclo empleo-desempleo de trabajadores y un lugar de producción de manufacturas artesanales; de producción orientada directamente al autoconsumo; de producción de bienes y servicios entre los que se destacan la oferta, protección y conservación de recursos; y un lugar para el descanso, la recreación y terapéutico.

Estas nuevas alternativas comerciales y productivas, se articulan en estos territorios rurales, y constituyen nuevas opciones de empleo e ingresos no agrícolas; como así también de aprovechamiento de los recursos y el paisaje, en las que se encuentran actividades como el turismo y la producción artesanal de alimentos.

Figura 3

Distribución territorial de actividades productivas: Zona Plottier y San Patricio del Chañar



Nota. Adaptado de *Distribución territorial de actividades productivas: Zona Plottier y San Patricio del Chañar*, 2021, elaboración propia.

3-Apartado Teórico

3.1 Un nuevo escenario para alternativas productivas ¿y turísticas?

La economía social constituye un marco a partir del cual pensar nuevas alternativas en estos espacios rurales; las experiencias a analizar en la presente investigación (“Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” y “Festival Manduca con la Feria de la Tierra a tu Mesa”) podrían considerarse una estrategia basada en la economía social en la región, considerando que ambas surgen de iniciativas colectivas, teniendo como eje la producción artesanal y local y en donde la ausencia de intermediarios permite el contacto directo entre feriante y consumidor, facilitando además el poder de decisión respecto de lo que se comercializa.

La economía social nos invita a pensar desde una lógica diferente; haciendo hincapié en la valoración de actividades no competitivas y colaborativas, en las que todas y todos ganen en armonía con su entorno (Mauricio, B; 2009). Esta lógica, se contrapone con aquella basada en la maximización de beneficios económicos a costa de la explotación de suelo y en donde los beneficios son apropiados por las grandes corporaciones.

Según los autores Casalis,A y Altschuler,B (2006) esta economía hace hincapié en el asociativismo de las formas de trabajo en pos de generar fuentes de trabajo e ingresos, y en la distribución de excedentes; con el principal objetivo de mejorar las condiciones de vida de los y las participantes. Se trata de “otra economía” en la cual según el autor Pastore (2010) el principal horizonte de acción es “su finalidad social, su arraigo en comunidades territoriales, su forma de gestión autónoma y democrática y su perspectiva de sustentabilidad integral -económica, social, ambiental e intergeneracional” (p4).

En lo que respecta a las ferias, estas podrían considerarse alternativas válidas a la hora de llevar adelante principios de la economía social. Tal y como ocurre en los ejemplos de la presente investigación, estas se consideran una estrategia que redimensiona estos espacios y contribuyen a la generación de ingresos adicionales para las y los pobladores rurales (Blanco,M; Masís,G 2010); teniendo así un impacto socio-económico y cultural tanto al interior de las unidades domésticas de producción del feriantes como en las localidades donde se realizan.

Es importante destacar, que tal y como afirman las autoras Blanco,M y Masís,G (2010) esta forma de comercialización representa también una resistencia al modelo de territorialización del supermercado y el agronegocio; la feria expresa la lucha por defender un modo de vida en el campo.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

En este sentido, es que estas actividades sociales y económicas como lo son las ferias, se transforman en un medio clave a la hora de visibilizar la lucha del sector agrario y contribuir de esta forma al reconocimiento de su labor diaria. Como mencionan los autores Wahren, J y Guerreiro, L (2014), las estrategias y resistencias campesinas se manifiestan también en la defensa no mercantil de la diversidad biológica y productiva, tal es así que la feria representa un claro ejemplo de ello al promover el rescate de saberes a partir de encuentros y talleres; el cuidado del ambiente mediante la utilización de tecnologías agroecológicas; la organización de la economía con base en las necesidades familiares y/o comunitarias, y la búsqueda de intercambios más justos entre productores y consumidores en el marco de redes de comercialización alternativa.

En este sentido, el principio agroecológico es muy importante, ya que constituye una de las bases sobre las que se asientan estos espacios al promover un sistema de producción que proporciona alimentos sin residuos de agroquímicos, que respeta los ciclos de la naturaleza y los conserva frescos y nutritivos; garantizando mejor calidad (Mas, D; Ricca, A; 2018).

Las ferias se constituyen, además, como circuitos cortos de comercialización debido al estrecho contacto que existe entre el propio productor y el consumidor ante la ausencia de intermediarios. Según Anello, M et al (2020) estos circuitos cortos de comercialización refieren a “modalidades de comercialización directa entre productores y consumidores, que disminuyen la distancia física (con producciones locales, de cercanía) y la brecha social (reconociendo el valor del trabajo local, autogestivo; promoviendo la construcción de redes territoriales, la vinculación interinstitucional, etc.)” (p.373).

En esta modalidad, es el productor/a quien mantiene un alto poder de decisión en cuanto a qué y cómo se produce y en cuanto a la definición del valor de lo que produce (Paz, R; Jara, C, Nazar, P, 2013). Tal y como afirma el autor Caracciolo, B (2016, como se citó en Figermann, L, 2017) estos circuitos cortos de comercialización, “no sólo generan mejores ingresos a los agricultores familiares sino que se asientan en otras relaciones y prácticas que exceden a lo meramente mercantil” (p.23).

La ausencia de intermediarios en estos circuitos, como así también el estrecho contacto entre productor y consumidor, permite que los consumidores puedan conocer acerca de lo que consumen; desde su fase inicial de cómo fue producido, por quiénes y en qué condiciones. Esto podría ser un aspecto a observar tanto en la “Feria de Productores y Elaboradores de la Tierra a tu Mesa” como en la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta”; y en el caso que así ocurra, permitiría añadir

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

valor a la feria en sí misma y otorgar la posibilidad de potenciar la elaboración artesanal de los alimentos. En relación a esto aparece el paradigma basado en la soberanía alimentaria, el cual es definido por la Vía Campesina (1996) como “el derecho de cada nación de mantener y desarrollar su propia capacidad de producir alimentos que son decisivos para la seguridad alimentaria nacional y comunitaria, respetando la diversidad cultural y la diversidad de los métodos de producción”.

En este sentido, el autor Jiménez,P (2007) agrega que la soberanía alimentaria es “el derecho de los pueblos, de sus países o uniones de estados a definir sus propias políticas ecológicamente sustentables de producción, distribución y consumo de alimentos, garantizando su derecho a una alimentación nutritiva, segura y culturalmente apropiada y a un medio ambiente sano”(p.16). Esta mirada se contrapone a aquella basada en el agronegocio y constituye una nueva forma de entender la agricultura, el papel de la alimentación, la vida rural y el vínculo entre el campo y la ciudad.

No obstante, la puesta en marcha de dicho concepto en la realidad resulta aún difícil de implementar; esto ocurre debido a la complejidad e integralidad del mismo ya que para ello se deben producir cambios más estructurales que impliquen nuevas políticas económicas y alimentarias en los territorios. Resulta interesante indagar las ferias de productores/as como experiencias que podrían de alguna forma visibilizar este paradigma como modelo a seguir en la producción de alimentos y de esta forma traer a discusión la forma en la que se consumen y producen los alimentos.

Estas nuevas formas en la producción, distribución y el consumo de alimentos da lugar a la aparición de “otros mercados” que proponen no solo “sostener vínculos más justos en la producción y el consumo, sino también la defensa de un modo de vida campesino que incluye en muchos casos, la lucha por la tierra, la soberanía alimentaria y la resistencia frente al avance del agronegocio” (García,L; Wahren,J; 2015 p.11). Se puede decir entonces, que se da lugar a lo que se denomina como comercio justo, esto es ese otro modo de comercialización en donde las leyes del mercado no son las únicas variables tomadas en cuenta para la fijación de condiciones de intercambio; que respeta a su vez los derechos y garantías mínimas de cada uno de sus actores, y que puede apoyarse en diversos procesos de negociación que estén orientados hacia la construcción de otra economía (Orzi,R; Plasencia,A 2013, como citado en Figermann,L, 2017).

3.2 El turismo en los espacios rurales como complemento de las ferias productivas.

Las ferias de productores/as, representan según los autores Blanco, M y Masis, G (2010) una “relación social, comercial y cultural que se establece entre productores, pobladores y visitantes, convirtiéndose así en un producto social”. En este sentido, en estas acciones comunales, lo comunitario y vivencial de la interacción entre los actores participantes se constituye en un elemento distintivo de la experiencia (Blanco, M y Masís, G, 2015). Es así, que, desde el punto de vista del turismo y la recreación, estos espacios se vislumbran como experiencias innovadoras y atractivas para el visitante.

Cuando se hace referencia a las actividades en torno a dichas ferias e incluso la propia feria de productores/as, se puede hablar de nuevas modalidades turísticas que se contraponen al tradicional turismo de masas¹⁴. Esto es, prácticas vinculadas al disfrute de la naturaleza y el aire libre, asociado a turistas y/o recreacionistas con cierta cultura ambiental y que buscan experiencias turísticas diferentes. Como mencionan los autores De Rojas y Camarero (2008) los y las visitantes buscan cada vez más una experiencia total que incluya ocio, cultura, educación e interacción social (como se citó en Rivera,M, 2014); y en este sentido, las ferias de productores/as involucran cada uno de estos aspectos. Por un lado, se trata de espacios de ocio y disfrute al sumar espectáculos y en algunas ocasiones talleres a su oferta; asimismo, se promueve la educación sobre prácticas sustentables y responsables en la elaboración de alimentos agrícolas para lo cual es fundamental la interacción con productores-as/feriantes participantes y, por último, se contribuye así a un mayor conocimiento respecto de la cultura y la forma de vida de poblaciones en ámbitos rurales.

Esta expresión del turismo se asocia al denominado turismo rural. El mismo, involucra la vinculación de prácticas cotidianas rurales con la recreación en un medio natural, aportando de esta forma a la promoción del desarrollo local, al fortalecimiento y la articulación de negocios con sostenibilidad ambiental y a la viabilidad económica, valorizando al mismo tiempo el conocimiento tradicional y cultural local (Vieites et al, 2014 como se citó en Gallo,G; Peralta,J, 2014).

Las ferias de productores/as presentan algunas características que permiten incluirlas dentro de esta modalidad. Tanto las ferias de agroalimentos como el turismo en estos territorios, podrían para

¹⁴ Principalmente lo distintivo de este turismo masificado no es la multitud sino el contacto directo entre visitante y productor.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

los y las productores-as del Alto Valle considerarse una alternativa válida para visibilizar la actividad de los y las productores/as y de esta forma mejorar la comercialización de productos. En este sentido, el turismo rural comienza involucrarse en estos sectores, e impulsado desde la perspectiva de la economía del trabajo se devela como una alternativa para las poblaciones rurales, porque las ayuda a contrarrestar los efectos negativos del proceso de globalización y modernización que caracteriza el actual periodo neoliberal (Monterroso,N, Villarreal, L; 2009).

Además, en lo referido a la vinculación entre economía social, ferias de productores/as y turismo, el turismo rural puede considerarse “un proyecto alternativo de desarrollo que pueda construir una economía social centrada en el trabajo como principal recurso, aunque no como el único. Un subsistema cuya lógica no es la acumulación del capital dinero ni la acumulación del capital político, sino la de capital humano.” (Monterroso Salvatierra y Zizumbo Villarreal, 2009 p.142). Este turismo no pretende en forma parcial o completa sustituir la actividad agrícola o de producción de agroalimentos, ya que en muchas ocasiones se considera como una actividad complementaria, que da lugar a una multifuncionalidad del espacio rural (Rodríguez, D et al; 2019).

Asimismo, el turismo rural constituye el marco a partir del cual surgen otros tipos de turismo, como es el caso del agroturismo. El cual se diferencia del turismo rural en tanto este último privilegia el disfrute de la vida de campo y el contacto con sus pobladores, sin destacar específicamente las prácticas agropecuarias; mientras que el agroturismo, resulta adecuado para referirnos al vínculo con los procesos productivos agroalimentarios que van desde la producción en fresco hasta el agregado de valor en origen a través procesamiento para la conservación de los alimentos, y la participación en las prácticas cotidianas; tales como la cosecha, elaboración de conservas, asistencia en la alimentación y cuidado de los animales, entre otras. Estos trabajos de campo se combinan con otras actividades como pueden ser observación, caminatas, cabalgatas, ciclismo, entre otras. (Peralta,J, Li,S 2017).

En el caso del Festival Manduca y la Feria de la Tierra a tu Mesa que tienen lugar en el CFPA nº2 en la localidad de San Patricio del Chañar, los y las visitantes pueden, como complemento de la visita al predio ferial, realizar recorridos interpretativos por las instalaciones, degustar platos gastronómicos locales y conocer y aprender cuál es el proceso que se desarrolla detrás de la producción de cada alimento en el circuito interpretativo que allí se localiza. En el caso de la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta”, el espacio ferial cuenta además con talleres y espectáculos artísticos y

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

los y las feriantes participantes brindan información respecto a la elaboración de alimentos y productos artesanales.

Según los autores Peralta, J y Li, S (2017), el agroturismo ofrece experiencias en un ambiente rural posibilitando situaciones de interacción positiva con visitantes de las ciudades para sembrar en ellos un espíritu de cuidado del entorno natural y el respeto por el estilo de vida local. Al transmitir información respecto de su tarea, cómo lo hacen y cuál es el vínculo con la naturaleza, el visitante se interesa aún más en los procesos que hay detrás de cada alimento y/o producto artesanal; y, por ende, resulta permeable a sensaciones y experiencias nuevas. Asimismo, los productores participantes en estos espacios, tienen la posibilidad de hacer de su labor cotidiana un atractivo turístico que genere ingresos complementarios para una mejora de su calidad de vida y la de sus familias.

Es importante destacar, que la propuesta turística vinculada a las ferias de productores/as no puede ser catalogada de forma excluyente bajo la denominación de un solo tipo de turismo (Turismo rural o Agroturismo); se da cuenta que ambos conceptos resultan complementarios entre sí. Por tal motivo, en la práctica pueden adoptar características de uno u otro; no obstante, las ferias de productores/as no dejan de ser una nueva modalidad turística cuya propuesta resulta innovadora en la región. Asimismo, la normativa de la Provincia de Neuquén incluye a la modalidad de Agroturismo dentro de la de Turismo Rural, complementándose uno con otro.

En este sentido, al tratarse de experiencias que escapan de lo que se conoce como turismo en espacios rurales, se debe hacer mención al hecho de que las ferias constituyen espacios locales de esparcimiento en donde no es exclusivamente el “turista”, como tradicionalmente se lo conoce, quien frecuenta y/o experimenta estos ámbitos; sino que es mayoritariamente el poblador local, quien en su tiempo libre, visita estos espacios y experimenta estas actividades; se produce un cambio un paradigma en donde el residente es turista en su propio lugar de residencia.

Por otra parte, a partir de lo mencionado anteriormente, es que comienza a vislumbrarse una nueva forma de experimentar la actividad turística; el turismo de proximidad aparece como una alternativa que escapa a las fórmulas turísticas convencionales y en el que se buscan propuestas que permitan el descubrimiento del propio entorno y del territorio más próximo (Llurdés, J, et al, 2015). En la actualidad, el escenario¹⁵ por el que atraviesan las ferias y particularmente la actividad turística

¹⁵ Es importante destacar, que este nuevo escenario por el que atraviesan actividades como las ferias y la actividad turística, se debe no solo al impacto económico negativo en ambas actividades producto de su no reactivación en el corto y mediano

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

producto de la pandemia COVID-19, ha instaurado nuevas formas con respecto al viaje y la recreación; en este sentido, se espera que los territorios locales sean los que brinden una sensación de mayor seguridad, dado por los factores culturales, económicos y sanitarios conocidos (Munt,J, Amilivia,G (19/04/2020) Turismo en tiempos de coronavirus. *Pagina12*. <https://www.pagina12.com.ar/259934-turismo-en-tiempos-de-coronavirus>).

En este contexto, es interesante mencionar lo que se conoce como post turismo, entendiendo que tanto el festival como las dos ferias de productores/as antes mencionadas, constituyen experiencias que pueden ser englobadas dentro de este fenómeno. Bajo esta mirada entonces, resulta interesante destacar lo que el autor Maitland, R (2008) afirma acerca de un cambio que va desde lo excéntrico a lo corriente, a partir de un creciente interés por el paisaje de consumo cotidiano, buscando experimentar una cotidianeidad extraordinaria. Así, según lo mencionado anteriormente, los y las residentes pueden considerarse turistas incluso en su propio lugar de residencia, experimentando allí experiencias que escapen a su cotidianeidad.

Además, la visita a estos espacios constituye también una práctica recreativa, en tanto se trata de una experiencia o actividad que no se realiza con el fin específico de obtener alguna recompensa aparte de sí misma, que se práctica habitualmente en las horas libres y que ofrece a las personas la oportunidad de dar salida y expresión a sus necesidades físicas, mentales o creadoras (Vallejo, M 2003). Las ferias son espacios que albergan la posibilidad de romper con la rutina diaria del día y poder realizar una actividad habitual como lo es adquirir productos frescos y de calidad, pero un ambiente desestructurado y en un escenario que ofrece propuestas diferentes.

Se destaca entonces, que los aspectos mencionados anteriormente hacen al desarrollo de una experiencia memorable desde el punto de vista del visitante; esta experiencia es entendida como “un acontecimiento personal, a menudo cargado de un significado emocional importante, basado en la interacción con los estímulos que son los productos o servicios consumidos” (Holbrook y Hirschman, 1982). Tal es así, que las dos ferias de productores/as antes mencionadas, podrían quizás constituir una experiencia innovadora en tanto “reúnan la necesidad y valoración por parte de la población

plazo; sino también, a las nuevas formas que se plantean respecto a su desarrollo habitual en un contexto de post pandemia, con protocolos de prevención y distanciamiento estrictos.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

urbana que demanda productos frescos, caseros y artesanales para el consumo” (Rodríguez, D et al; 2019, p.310).

4-Decisiones teóricas metodológicas:

La presente investigación, en función de los objetivos y supuestos contenidos en el marco teórico, se abordó bajo un estudio cualitativo. El mismo, según la autora Vasilachis, G (2006) “se interesa, en especial, por la forma en la que el mundo es comprendido, experimentado, producido; por el contexto y por los procesos; por la perspectiva de los participantes, por sus sentidos, por sus significados, por su experiencia, por su conocimiento, por sus relatos” (p.4). En este sentido, interesa conocer la mirada de diferentes actores vinculados de forma directa e indirecta a las ferias de productores/as seleccionadas para este estudio en la zona del Alto Valle de Neuquén, para así conocer más respecto de la vinculación turismo y ferias productivas.

En este sentido, la investigación cualitativa provee de nuevas perspectivas sobre lo que se conoce y dice más respecto de lo que las personas piensan, como así también que significa e implica ese pensamiento (Morse, 2002, p.875; cómo citado en Vasilachis,G, 2006).

El estudio a abordar es de tipo exploratorio, el cual según Sampieri (1998) “se efectúa cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes” (p58). Cabe destacar que existen muy pocas investigaciones que abordan específicamente la vinculación turismo - ferias de productores/as, por ende, se considera un tema de investigación relativamente desconocido. Asimismo, estos estudios se caracterizan por una metodología más flexible que permite la consideración de numerosos aspectos distintos de un fenómeno; por tanto, el método de análisis y de exploración a emplear “serán flexibles y sensibles al contexto social en el que los datos son producidos. Se centra en la práctica real, situada, y se basa en un proceso interactivo en el que intervienen el investigador y los participantes” (Vasilachis,G, 2006 p.4).

En los referido al tipo de estudio, la presente investigación se trata de un estudio de caso; el cual según los autores Marradi et al (2010) se diseña a partir de “la aparición de un fenómeno nuevo cuya aparición no fue predicha a partir de la teoría conocida y su impacto en la sociedad es suficientemente relevante como para convertirlo en objeto de observación” (p.240). Asimismo, se trata de un estudio de caso instrumental ya que “el caso cumple el rol de mediación para la comprensión de un fenómeno que lo trasciende; el propósito de la investigación va más allá del caso, este es utilizado como instrumento para evidenciar características de algún fenómeno o teoría” (Stake 1994, como citado en Marradi et al, 2010). Tal es así que se toma como caso la “Feria de Productores de China Muerta” y la

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“Feria de la Tierra a tu Mesa” de San Patricio del Chañar, para indagar sobre los alcances y características de la actividad turística en estos espacios rurales.

En lo referido a técnicas para la construcción de datos primarios, se emplearon entrevistas semiestructuradas a referentes de cada una de las ferias de productores/as mencionadas, como así también representantes del CFPA Nº1 y nº2 de Plottier y San Patricio del Chañar respectivamente; asimismo se realizaron entrevistas semiestructuradas a personal de la Subsecretaría de Turismo de Neuquén y del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria: Centro regional Patagonia Norte (INTA); como así también a personal del Ente de Desarrollo Económico de Plottier (EDEP) y personal de turismo de la Secretaria de Turismo de San Patricio del Chañar. Se empleó para ello, la técnica de bola de nieve, a partir de la cual un informante clave brindó el contacto de un referente del INTA, quien a su vez facilitó el contacto de otros/as informantes de la feria. La cantidad de entrevistas que se logró realizar fue un total de catorce.

Es importante destacar que los organismos públicos mencionados con anterioridad fueron seleccionados por su vinculación con las ferias tomadas en consideración, ya que están trabajando o trabajaron en su momento en proyectos de vinculación turística o de desarrollo en estos espacios. Un ejemplo de ello puede ser la ruta de las Chacras Neuquinas, implementada por el Ministerio de Turismo de la Provincia, y para la cual se trabajó en conjunto con participantes de dichas ferias e incluso las direcciones y secretarías de turismo presentes en cada localidad. Por otra parte, en el caso del INTA, es el organismo que más ha colaborado en los procesos re organizativos de la feria, ya que técnicos de estos organismos capacitan, asesoran y acompañan continuamente a sus participantes en la manipulación de alimentos, el acceso a créditos y el trabajo asociativo.

El tipo de entrevistas empleadas, según el autor Sampieri et al. (2004) “se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados (es decir, no todas las preguntas están predeterminadas)” (p.418). Además, se empleó la técnica de observación en las dos ferias de productores/as tomadas en consideración, a fin de registrar la dinámica de funcionamiento de estas y el intercambio entre visitantes y feriantes.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Se puede decir entonces, que la unidad de análisis de la presente investigación son las ferias de Productores y Artesanos de China Muerta en la localidad de Plottier como así también la Feria de la Tierra a Tu Mesa en San Patricio del Chañar; en lo referido a la unidad de relevamiento se destacan los y las Feriantes/Productores-as de las ferias mencionadas, como así también técnicos de Centros de Formación Agropecuaria presentes en estas localidades y personal de organismos públicos de Turismo y dependientes del Municipio. Es importante destacar que estos informantes, fueron agrupados en tres grupos de entrevistados/as para una mejor organización de la información en el apartado de análisis:

Entrevistados/as grupo 1: Técnicos de los Centros de formación Agropecuaria mencionados como así también del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria.

Entrevistados/as grupo 2: Productores-as/Feriantes participantes en las ferias tomadas en consideración.

Entrevistados/as grupo 3: Personal del Ministerio de Turismo de la Provincia, de la Secretaria de Turismo de SPC y del Ente de Desarrollo Económico de la localidad de Plottier.

Por otra parte, la presente investigación fue realizada en el contexto de la pandemia Covid -19 y por consiguiente de aislamiento social preventivo y obligatorio, lo que dificultó la presencialidad y los encuentros sociales; por ende, las entrevistas semi estructuradas se efectuaron de manera online, a través de la plataforma Zoom y también por medio de llamadas telefónicas a aquellos/as entrevistados/as que no disponían de acceso a dicha aplicación. En este escenario, se destacan algunas dificultades que repercutían en la correcta recolección de datos, como la conexión a internet y problemas técnicos en los dispositivos utilizados para tal fin. Sin embargo, estas dificultades no funcionaron como un obstáculo que haya imposibilitado algunas de las entrevistas previstas.

En cuanto a la técnica de observación, se realizó una visita a cada una de estas ferias en el año 2019, en el caso de la Feria de la Tierra a tu Mesa, la misma tuvo lugar en el marco del Festival Manduca de Primavera de ese año (última edición antes de la pandemia) y en el caso de la “Feria de Productores y Elaboradores de China Muerta” en el marco de su sexto aniversario; sin embargo, también se realizó observación de esta última en el año 2021 en el contexto de la actual pandemia covid 19, viéndose imposibilitado realizar una observación, en el mismo contexto de pandemia, a la feria de la Tierra a Tu

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Mesa por las restricciones tanto de circulación como de habilitación vigentes y teniendo en cuenta que la misma no se está llevando a cabo de forma periódica, sino más bien circunstancial. Es importante destacar, que la visita y observación efectuada en el año 2019 a la feria de la Tierra a Tu Mesa, se realizó en el marco de un trabajo entre la Facultad de Turismo y el Centro de Formación Profesional Agropecuaria n°2 de San Patricio del Chañar, con el objetivo de realizar un trabajo de recolección de datos mediante encuesta a los y las visitantes en el lugar. La información que fue recolectada en ese momento, luego fue utilizada en la presente investigación para complementar el análisis correspondiente como fuente de información secundaria. En total, la cantidad de visitas al campo fueron en total 3, entre las dos ferias.

Asimismo, se pudo obtener información a partir de la participación en encuentros virtuales de capacitación, como lo fue el curso denominado “*Seguridad Alimentaria en Ferias, Salas de elaboración y Mercados de Proximidad de AF en contexto de Covid19*”. El mismo, fue desarrollado por técnicos del Centro Formación Profesional Agropecuaria N°1 Plottier, previo a la habilitación de apertura de los espacios feriales y con el objetivo de capacitar a productores/as y elaboradores/as en medidas de prevención a la hora de retomar sus puestos de trabajo.

Por último, en cuanto al análisis de datos obtenidos de las entrevistas semiestructuradas, se lleva a cabo el análisis de contenido; el mismo refiere a una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados” (Andréu,A, 2001, p.2, como citado en Marradi et al, 2010) “que se basa en procedimientos de descomposición y clasificación de estos” (Losito, 1993 como citado en Marradi et al, 2010). Asimismo, este análisis de contenido se complementa con procedimientos interpretativos buscando ir más allá de los aspectos manifiestos, a través de la consideración del contenido latente y del contexto en el que se inscribe un determinado texto (Andréu,A, 2001, cómo citado en Marradi et al, 2010).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Objetivos	Categorías	Dimensiones	Indicadores	Fuentes
<p>O.E.1: Describir las ferias denominadas “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” en Plottier y “Feria de la Tierra a tu Mesa” del cfpan°2 en San Patricio del Chañar, en el marco de circuitos cortos de comercialización en el Alto Valle de Neuquén.</p>	<p>Las ferias como circuitos cortos de comercialización.</p>	<p>Las ferias como vinculo económico directo.</p>	<p>1 Origen/inicio. 2 Motivación. 3 Principios que sostiene.</p>	<p>Entrevistas Información secundaria</p>
		<p>Las ferias como producto social.</p>	<p>-Lo comunitario. -Lo vivencial. -Experiencia innovadora.</p>	<p>Entrevistas Información secundaria</p>
<p>O.E.2: Conocer las proyecciones que productores/as que participan en las ferias y organismos públicos, tienen respecto del</p>	<p>Proyecciones del vínculo turismo-ferias.</p>	<p>Proyecciones de tipo organizativas internas</p>	<p>-Redes de integración y fortalecimiento.</p>	<p>Entrevistas</p>
		<p>Proyecciones de vinculación: productor/as organismos públicos.</p>	<p>-Forma de coordinación interinstitucional.</p>	<p>Información secundaria</p>

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

vínculo entre las ferias y el turismo.		Política institucional	-Planes, programas, proyectos.	
O.E.3: Explorar qué prácticas de la economía social pueden vincularse con el desarrollo de la actividad turística en dichos espacios de comercialización.	Prácticas de la economía social.	Autogestión.	1-Características. 2-Funcionalidad.	Entrevistas.
		Asociativismo.		
		Proximidad.		
		Comercio justo.		
	Turismo.	Gestión y calidad alimentaria.	1-Producción de los alimentos. 2-Distribución de los alimentos. 3-Consumo de los alimentos.	

5-Análisis de datos:

5.1 Experiencias en el marco de Circuitos Cortos de Comercialización: Promoviendo una economía local y asociativa

5.1.1 Feria de Productores y Artesanos de China Muerta, Plottier:

La “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” se constituye como un espacio comercial de productos artesanales en la localidad de Plottier. Nace en el año 2012, con la motivación por parte de sus participantes, de contar en su propio lugar de residencia con un espacio ferial en donde comercializar sus productos. En este sentido, sus participantes manifestaron

“(…) la feria empezó justamente con los productores de ahí de china muerta que un día se juntaron (…) y dijeron además del asesoramiento, con lo que producimos que podemos hacer y así salió la feria, de una charla con los productores, asesorados por la gente del inta, que decían que hacían con todo lo que producían, como lo vendían, como lo llevaban y bueno, así arranca la feria” (Entrevistado/a grupo 2)

asimismo, tal y como lo expresa otra participante, la feria surge con una motivación clara:

“(…) nos convocamos pensando que había una necesidad real de tener un espacio acá de venta” (Entrevistado/a grupo 2).

Figura 4

Feria Productores y Artesanos de China Muerta



Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Nota. Adaptado de *Feria Productores y Artesanos de China Muerta*, 2021, elaboración propia.

Así, aparece el territorio como una “proyección de la acción social a partir de una intencionalidad” (Cammarata,E; 2006 p.358), es decir, proyectaban allí un espacio ferial con la intención no solo de comercializar los productos que elaboraban sino también de:

“(…) dar a conocer china muerta y establecer un criterio de producto de origen, porque bueno en ese momento había varios productores que comercializaban pollos de acá, entonces se hablaba mucho del pollo de china muerta, con una característica de casero, artesanal igual que otros productos” . (Entrevistado/a grupo 1)

En cuanto a la forma de organización, se puede mencionar que se trata de una experiencia autogestiva y de carácter asociativa ya que son sus propios participantes quienes se encargan de la organización y el funcionamiento de la feria cada sábado de manera conjunta; lo cual implica determinadas pautas y principios tanto grupales como individuales para “la construcción de una ética organizadora del espacio ferial” (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), 2011, p.17). Al respecto, los/las entrevistados/das manifestaron:

“Hay un reglamento que establece ciertos criterios de pertenencia y hay dos tipos de feriantes; los estables o fijos que le llaman ellos y los invitados” (Entrevistado/a grupo 1)

además, existe

“un sistema de rotación (...) ese formato de organización hace que la mayoría o la totalidad de los fijos pasen por la experiencia de gestionar un sábado o de gestionar cosas, eso multiplica el modelo de autogestión porque cada uno sabe lo que significa llevar adelante un sábado la feria, hacerse cargo de cosas” (Entrevistado/a grupo 1).

Es importante destacar, que cuentan con una asamblea como el espacio común de debate y organización entre sus participantes

“Los miércoles nos reunimos todo lo que es feriantes fijos. Entonces ahí en nuestra asamblea, los miércoles de dos horas en la que debatimos temas o si pasó algo en asamblea, alguno de los que

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

estaba organizando tuvo un inconveniente con un feriante invitado, se lleva ahí asamblea y ahí tomamos decisiones. Consensuamos entre el grupo” (Entrevistado/a grupo 2).

En dicho espacio, además de debatir cuestiones referidas a la organización grupal, también se define quienes son los o las encargados/as de gestionar los sábados de feria; en este sentido una de las feriantes menciona:

“(…) los miércoles se hace la asamblea donde se tocan diversos temas de organización de la feria de cada sábado, vamos por sorteo todos lo que son feriantes fijos, y se arman duplas, y bueno, esa dupla es la encargada de organizar un sábado y al otro sábado otra dupla... y así (...) Y bueno, esos 4 son los encargados de estar con el teléfono de la feria, para recibir los llamados de todos los feriantes visitantes que quieren ir a feriar el sábado allá, son los encargados de organizar el predio, de regarlo, de ponerlo en condiciones, de recibir el sábado todos los feriantes invitados, de darles un lugar, bueno y así funcionamos todo el año”. (Entrevistado/a grupo 2).

Figura 5

Grupo de feriantes un miércoles de asamblea y capacitación



Nota. Adaptado de *Grupo de feriantes un miércoles de asamblea y capacitación*, 2021, Facebook <https://www.facebook.com/feriachinamuerta/>.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

La existencia de un espacio autónomo de decisión conjunta, permite dar cuenta de una institucionalidad fortalecida de productores, tal y como lo mencionan los autores Lacroix,P y Cheng,G (2014) lo que permite visibilización y mejores oportunidades al momento de tomar decisiones con mayor autonomía, en diversos contextos. Si bien los y las participantes de la feria de China Muerta no se constituyen como una cooperativa constituida formalmente, se puede decir que se trata de una asociación de hecho entre productores y elaboradores que tienen como fin llevar adelante una propuesta de carácter comercial y autónoma.

Como se mencionó anteriormente, además de las responsabilidades compartidas como grupo resultado de la autogestión, también existen responsabilidades y obligaciones individuales tanto para feriantes fijos como invitados; al respecto una feriante señala

“(...) tenemos todo un estatuto nosotros para la feria; primero un reglamento para nosotros que somos feriantes fijos, el participar de la asamblea, el participar los sábados con responsabilidad y colaborando, que todos los que trabajamos con alimentos, tener hechos los cursos de manipulación de alimentos, la libreta sanitaria al día (...) El reglamento que tenemos para feriantes visitantes es que vayan rotando, que no sean siempre los mismos, para darle posibilidad a todos y todas, mas ahora en este momento que todo el mundo quiere feriar” (Entrevistado/a grupo 2).

En este sentido, un requisito fundamental para participar de este espacio comercial es que quienes participan deben ser productores o artesanos que elaboren productos de manera artesanal y al mismo tiempo, ser ellos o ellas quienes luego estén en el puesto comercializando esos productos; no habiendo intermediarios entre quien lo produce y quien lo comercializa. Al respecto una de sus participantes menciona:

“(...) algo muy importante que tenemos es que realmente tiene que ser productor, emprendedor, artesano, artesana, no pueden hacer re venta. Por eso nosotros cuando alguien se acerca o llama por teléfono diciendo que quiere ir a la feria, hacemos todo un seguimiento y presentación de proyectos, y que nos presenten el producto que venden para saber si es un producto realmente artesanal y no de reventa” (Entrevistado/a grupo 2).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

En cuanto a lo económico, y al tratarse de una propuesta autogestiva, son los propios participantes quienes solventan económicamente las actividades que hacen a la feria cada sábado; para ello, llevan adelante propuestas que permiten recaudar fondos para su sustento económico, una de ellas la constituye el puesto de choripanes y la caja solidaria, tal y como lo menciona una de las entrevistadas

“(...) los choripanes que están en la feria, es un espacio de mucha discusión y conscientemente de ponerlo en práctica, porque una parte de esa es el fondo común de la feria; y a eso se le suma la cajita, que se pasa que hoy por hoy, es una de las pocas ferias que puede ser considerada que se coloca plata a consciencia y a voluntad, no hay un monto fijo para que vos vengas acá y sino vendiste tenes el permiso también de bueno no aportas porque no te fue bien. Y ya venirte a feriar acá implica un gasto de combustible, entonces no hay un monto fijo; que eso también... esa organización nos la permite justo esta autogestión” (Entrevistado/a grupo 2).

Se destaca además que, si bien solventan parte de los gastos que implica llevar adelante la feria con las propuestas mencionadas anteriormente, para la construcción de parte de la infraestructura del predio, fueron beneficiados con una línea de financiamiento a nivel nacional¹⁶ y para ello, la ayuda técnica del INTA AER (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria junto con la Agencia de Extensión Rural) y del CFPA (Centro de Formación Profesional Agropecuaria) n°1 de Plottier, fue clave. En palabras de las feriantes entrevistadas se destaca:

“(...) hemos recibido plata de nación para por ejemplo hacer los techos, todo eso a través de la gestión de Cesar Gutiérrez que como está en el INTA se entera de todos los programas que hay para acompañar estos emprendimientos así de tipo feriales o de grupo de gente trabajando (...)” (Entrevistado/a grupo 2) “(...) en algún momento si vino de parte del INTA y Cesar hizo gestiones para tener una línea de financiamiento ahí con Alejandro Karlau, que vino creo que por el lado del INTA y se armó un proyecto y gracias a ello se tuvieron las chapas, por ejemplo” (Entrevistado/a grupo 2).

Figura 6
Acondicionamiento de puestos – colocación de chapas

¹⁶ ASETUR (proyectos De Apoyo Tecnológico al Sector Turismo) – línea de financiamiento implementado por El Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación (MINCYT), a través del Consejo Federal de Ciencia y Tecnología (COFECYT).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. Adaptado de *Acondicionamiento de puestos – colocación de chapas*, 2019, Facebook <https://www.facebook.com/feriachinamuerta/>.

Respecto de la coordinación institucional, es decir, la vinculación existente entre la feria y organismos públicos y privados del sector, se puede dar cuenta que dicho vínculo es principalmente técnico y de capacitación. Como se mencionó anteriormente, la feria está compuesta por productores y productoras del paraje China Muerta y sus alrededores, los y las cuales fueron capacitados y capacitadas en el Puesto de Plottier (cfpa n°1) y desde el INTA; en este sentido la vinculación con estos organismos es frecuente, ya que además una de las personas que ayudo a los y las productores/as a fundar el espacio ferial es un técnico del INTA. Al respecto, entrevistado perteneciente al cfpa n°1 y una feriante mencionan:

“El vínculo con los productores es a través de propuestas educativas, no se hace asistencia productiva en cada predio como puede hacer producción municipal o de la provincia (...) lo nuestro es un vínculo a través de propuestas o trayectorias de formación y bueno el vínculo es con el 90% de los agricultores familiares o pequeños productores de esta zona”. (respecto al trabajo del CFPA n°1) (Entrevistado/a grupo 1); “(...) Sii cualquier cosa que necesitamos, algún asesoramiento o lo que sea, desde el INTA lo recibimos (...) Cesar Gutiérrez es el referente que siempre se acerca, nos acompaña, nos guía y nos aclara y hasta nos hace nexos, hemos recibido algún dinero por ejemplo de nación (...); también trabaja mucho con nosotros el grupo de gente de la parte de turismo de la universidad del comahue, ahora están haciendo una página web por

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

ejemplo, y nos incluyeron ahí (...) entonces bueno, todo esto nos ayuda a que nosotros podamos seguir creciendo como feria”. (Entrevistado/a grupo 2)

En función de lo mencionado con anterioridad, se puede decir que la feria de China Muerta surge como alternativa de producción, comercialización y consumo. Al respecto, los autores Catalano y Gandolfo (2010) (como se citó en Alamo, M, 2019) sostienen que la construcción común de un espacio autogestionado, es posible en tanto y en cuanto se genere y desarrolle al menos con dos principios sostenidos por sus miembros. Uno es el principio de identidad, la feria posee una historia, un espacio geográfico compartido, valores, creencias, normas de funcionamiento que regulan y dinamizan las relaciones entre sí y con el exterior; esto se visualiza en la motivación que dio origen a la feria, el espacio compartido en su propio lugar de residencia y a la forma de organización por medio de asambleas, estatutos y rotación de roles entre sus miembros. Cada uno de estos componentes hacen a la distinción de dicha experiencia. El otro es el principio de utilidad, “todo espacio organizado es considerado de utilidad para sus miembros, tiene una razón de ser. Sus miembros participan de diversas maneras, colaboran activamente desde distintos roles y funciones para el logro de los objetivos y su sostenibilidad” (Catalano y Gandolfo, 2010, p9 como se citó en Alamo, M, 2019 p.6). Con respecto a este principio de utilidad, los y las entrevistados/as manifestaron, que algunos de los principios que sostienen a este espacio ferial a lo largo del tiempo son:

“La visión comunitaria del emprendimiento es la principal” (Entrevistado/a grupo 1) además “(...) por lo humano, por esto de integrar un grupo de personas, un grupo de autogestión que exige trabajar mucho lo social, trabajar los tiempos, trabajar la comunicación, trabajar muchos aspectos que tenemos como seres humanos para ir puliendo. Si no nos volvemos muy individualistas, entonces en esto hay muchos matices que hacen que uno elija estas formas de comercializar y la gente que también lo busca”. (Entrevistado/a grupo 2) y, por último, “(...) el respeto que nos tenemos entre todos nosotros, el respeto, la unidad, somos muy distintos, pero tenemos en claro un objetivo que es la producción, ello nos lleva a que sean los principios para seguir sosteniendo la autogestión” (Entrevistado/a grupo 2).

Por último, se puede decir que la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” constituye un espacio comercial en el que no solo se prima el intercambio económico entre feriante-consumidor, sino que además se trata de una experiencia con una impronta particular y un marcado componente

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

cultural y recreativo, en donde los y las visitantes pueden encontrar un espacio natural al aire libre en donde se facilita el intercambio con el productor/a local acerca de la elaboración de los productos, y puede disfrutar de espectáculos de artistas locales, como así también de espacios en donde sentarse a degustar comidas artesanales que allí se ofrecen. Al respecto sus participantes mencionan:

“(...) es una feria distinta porque es una feria cultural, además, donde siempre se hacen espectáculos, siempre se hacen talleres, no solamente es ir y vender, vamos por mas nosotros; porque la feria de china muerta es esto, una feria cultural” (Entrevistado/a grupo 2).

Figura 7

Flyer promocional de un sábado de feria



Nota. Adaptado de *Flyer promocional de un sábado de feria*, 2021, Facebook <https://www.facebook.com/feriachinamuerta/>

Asimismo, las ferias de productores/as en general, constituyen propuestas a nivel local o regional que implican no sólo la generación de alternativas, sino también una defensa de territorios y modos de vida comúnmente subalternizados e invisibilizados (Wahren,J y Gerreiro,G, 2016); en este sentido, uno de los entrevistados manifestaba:

“(...) De modo más visible se podría decir que estas ferias son esto, como instancias de comercialización, de una forma de visibilizar la comercialización de estos productores, que son productores pequeños de la agricultura familiar y bueno esto vinculado al turismo desde otro

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

lugar también las ferias fortalecen la integración de los productores y artesanos, hay muchos artesanos en esta zona, y bueno así fortalecer sus emprendimientos. También brindan espacios de intercambio y creación de saberes, y dar continuidad al espacio cooperativo". (Entrevistado/a grupo 1).

Tal es así, que se destaca el trabajo en conjunto entre participantes y la sinergia que se genera a partir del mismo; no solo entre feriantes sino también en el intercambio continuo entre ellos/as y quienes visitan la feria. La socialización que implica estos espacios, es uno de los tantos valores de importancia y es lo que, al mismo tiempo, le otorga unicidad a dichas experiencias desde el punto de vista turístico.

Lo comunitario y vivencial de la experiencia

Las nuevas tendencias en la práctica de la actividad turística en la actualidad, refuerzan la idea de que cada vez más se buscan experiencias que se realicen en el marco de ambientes naturales y complementados con un componente cultural, en donde prevalezca, además, el intercambio y el reconocimiento de ese otro-a allí presente (Cuasqui, M 2020). Las ferias en tanto producto social, representan un escenario de interés turístico fundamental; estas constituyen espacios de encuentro y socialización interesantes para el desarrollo de actividades turísticas, especialmente de aquellas vinculadas a la cultura del agro y la producción local y artesanal de alimentos.

En función de ello, tal y como afirman los autores Blanco, M y Masís, G (2015) en estas acciones comunales como lo son las ferias, lo comunitario y vivencial de la interacción entre los actores participantes se constituye en un elemento distintivo de la experiencia. En este sentido, desde el punto de vista de comunitario, la feria constituye un espacio de encuentro y socialización entre quienes participan, sean productores/as feriantes como así también visitantes que se acercan a adquirir productos frescos y artesanales.

"(...) tiene que ver con lo comunitario, con poner en un espacio común, compartido la realidad de los productores y de los visitantes y que se genere ese encuentro en un espacio común (sobre la feria y sus principios)" (Entrevistados/as grupo 1).

Es fundamental entender las interrelaciones que se generan entre consumidores y productores y la variedad de experiencias que entre ellos se crean. En este sentido, desde el punto de vista del post

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

turismo, se puede dar cuenta de la incorporación de aspectos que van más allá del flujo espacial, del mero hecho de viajar (Leal, M 2015); en este caso, la interacción y socialización en espacios como la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” constituye un componente distintivo en estas experiencias, lo que la diferencia además de otras formas de adquirir productos.

“Yo hago cerámica, yo sé mil veces que un cacharro mío, si vas a comprarlo en el mundo de lo importado sale nada, pero si yo le cuento a quien viene acá lo que a mí me lleva, el tiempo, las horneadas, el consumo de luz, que lo hago en un torno; bueno yo creo que ahí (...) aprende a valorar lo que implica esa producción artesanal; pero eso lo tenes nada más porque lo tenes ahí, frente a frente y se entabla este dialogo que es único (...) entonces ese consumidor se vuelve realmente un consumidor responsable de lo que va a consumir y puede elegir ahí que es lo que quiere llevar en función de lo que nosotros podamos convencer o no y ese vínculo que se da es único, no se da con una góndola.” (Entrevistados/as grupo 2).

Figura 8

Feriante y visitante en momento de compra



Nota. Adaptado de *Feriante y visitante en momento de compra*. 2021. Facebook
<https://www.facebook.com/feriachinamuerta/>

Aparece así un turismo equitativo, que se da según el autor Delisle, M (2011), cuando existe una organización coherente y un control de toda la cadena de producción, desde la concepción del producto hasta la llegada del consumidor, reduciendo el número de intermediarios y asegurándose al

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

mismo tiempo de que los beneficios sociales, culturales y sobre todo financieros sean en gran parte percibidos localmente; esto facilita un pago justo al proveedor local y garantiza así su sostenibilidad a lo largo del tiempo.

En este sentido, este espacio comercial alberga una visión comunitaria del mismo que está dada por un grupo que se autogestiona y se asocia a fin de llevarlo a adelante y sostenerlo a lo largo del tiempo; esto si bien refiere a una cuestión interna referida a la forma de organización, también es un aspecto a destacar y que se distingue de otros espacios:

“(...) lo comunitario ... la resolución comunitaria digamos o la visión del espacio como un espacio comunitario... es lo más fuerte que me parece que existe o que se defiende en todo caso; cuando se ve atacado debilitado hay una cuestión fuerte en ese sentido.” (Entrevistados/as grupo 1). “(...) la autogestión para nosotros desde que comenzó siempre fue concebida como que no hay un sistema o por lo menos se intenta que no sea verticalista, sino que sea más bien horizontal en el que el poder va circulando y de esa manera cada rol lo va cumpliendo rotativamente diferentes personas, a veces se da más a veces se da menos, pero esa es la intención” (Entrevistados/as grupo 1).

En este sentido, en un contexto capitalista de constante competitividad y consumo, la puesta en marcha de experiencias con estas características nos habla de la singularidad en la que se enmarcan. Lo colectivo aparece entonces como un desafío y al mismo tiempo, como un proceso de aprendizaje continuo:

“(...) los procesos colectivos son difíciles, porque nos enseñan a ser individualista, entonces sumarse a la colectividad es un desafío y está bueno hay que hacerlo” (Entrevistados/as grupo 2).

Así también, en dicha colectividad, el componente cooperativo y solidario son aspectos que se destacan en esta experiencia, al entablar relaciones de intercambio entre productores/as dedicados/as a la producción de hortalizas fundamentalmente; así lo menciona un/a de los/as entrevistados/as:

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“También entre ellos tienen una cultura que yo he notado, familiar, en la que entre ellos mismos también se acompañan, si hay algo que no tiene y produjo (...) la otra parcela de tierra hizo la producción, se intercambian también ahí la producción” (Entrevistados/as grupo 2).

En la búsqueda por promover una actividad de carácter colectiva, asociativa y autogestionada, como se mencionó anteriormente; también existe un componente recreativo que complementa a la actividad ferial principal, y funciona como un valor diferencial a otros espacios feriales. Así lo menciona uno/a de las entrevistados/as, al hacer énfasis en lo que alberga la feria y genera atracción al momento de decidir visitar el espacio:

“(...) se trabajó en su momento que el espacio empezara a albergar más allá de lo comercial, que lo comercial no fuera lo que principalmente se mostraba, es que es una obviedad que eso es una feria para vender pero que no fuera por donde más se quería llamar, entonces se planteó como objetivo fuerte y se abordó siempre trabajar la oferta sociocultural, ya sea a través de talleres brindados por los mismos productores, feriantes o productora o por los externos que andábamos dando vuelta en lugar digamos (...) Y sino música, eventos musicales o culturales, entonces la agenda de estos últimos cuatro años siempre todos los sábados ha habido una oferta sociocultural.” (Entrevistados/as grupo 1).

Figura 9

Músico invitado para espectáculo en vivo en la feria



Nota. Adaptado de *Músico invitado para espectáculo en vivo en la feria*. 2021. Facebook <https://www.facebook.com/feriachinamuerta/>

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Así, la venta de productos in situ, asociada a un componente turístico o de ocio, nace en la búsqueda de fortalecer la diversificación productiva; y esta relación, según los autores Mitchell y Sharples (2003) (como se citó en Leal, M 2015) está siendo vista como una fuente potencial de desarrollo en áreas rurales y representa una oportunidad significativa para el impulso de productos locales y regionales. La forma en que esto se impulsa en la Feria de China Muerta es de importancia, ya que como lo menciona un/a de los/las entrevistados/as, muchos/as de los/las visitantes que se acercan a este espacio, lo hacen por la presencia de un grupo humano y un componente socializador de valor:

“(...) por lo humano, por esto de integrar un grupo de personas, un grupo de autogestión que exige trabajar mucho lo social, trabajar los tiempos, trabajar la comunicación, trabajar no se muchos aspectos que tenemos como seres humanos para ir puliendo, para poder ser más amigables digamos. Si no nos volvemos muy individualistas, entonces en esto hay muchos matices que hacen que uno elija estas formas de comercializar y la gente que también lo busca (...) por lo menos es lo que más nos mencionan, es lo que uno escucha más del otro, la calidez que tenemos para atender, para charlar, para empatizar con el visitante digamos” (Entrevistados/as grupo 2).

En función de ello, como menciona el autor Delisle, M (2011) es cierto que el visitante busca la novedad, pero también busca - cada vez más a menudo - encuentros con otras personas en un medio ambiente que no le sea familiar. A ello, se le suma además la invitación a permanecer en este espacio, ya sea por el medio en el que se emplazan, como así también por propuestas gastronómicas y artísticas que la experiencia ofrece. Así lo expresa un/a entrevistado/a:

“(...) yo hasta me atrevería a decir que más que por venir a comprar el producto en sí, que es sumamente importante, vienen a consumir tiempo libre, vienen a consumir ocio, vienen a sentarse en un espacio con una reposera, a compartir verde, mirar arboles; nosotros sabemos que ese espacio tiene eso que es un valor agregado que otro espacio no lo tiene, que vas compras y te vas o que no te invita; acá la naturaleza te invita, es una mezcla que tiene y eso lo sabemos y nos gusta; y a eso se le agrega el plus de lo cultural, entonces claramente yo creo que el turismo tiene muchísimo” (Entrevistados/as grupo 2).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Por consiguiente, el visitante encuentra en la Feria de China Muerta un espacio diverso que escapa a su rutina habitual, y no solo eso, sino que además existe infraestructura e instalaciones que acompañan a ese componente turístico-recreativo que se busca integrar.

“(…) se pensó en que fuera un lugar en el que vinieran familiar, por eso tiene juegos infantiles en un sector y comedor; entonces la estrategia también fue tratar de ofrecer un espacio en el que el que viene se quede toda la jornada si se puede. Se pensó en ese sentido diferenciarse de otras ferias en las que la gente va compra y vuelve a su casa a cocinar, que eso es lo lógico” (Entrevistados/as grupo1). “En ese sentido es un espacio que te da esa ventaja comparativa, tiene color porque tiene diversidad, ofrece actividades como te decía de capacitación o de música, culturales, apuesta al esparcimiento y te ofrece comida en el lugar, y servicios digamos porque tiene baños, me parece que eso ha hecho principalmente” (Entrevistados/as grupo1).

Figura 10

Cartel informativo presente en el predio ferial



Nota. Adaptado de *Cartel informativo en el predio ferial*. 2021. Elaboración propia

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Es importante destacar, que además en el último tiempo existe una tendencia hacia nuevas formas en los hábitos y el consumo de alimentos como así también del impacto que ello genera en el medio ambiente. Esto da cuenta de la presencia de turistas y consumidores en general, muchos más conscientes de lo que consumen y de su relación con el medio en el que viven (Leal, M 2015). Así, la feria se considera un espacio que alberga características referidas a una forma de consumo basada en lo orgánico y artesanal, al tratarse también de una experiencia en donde prima el contacto directo entre productor/a de alimentos y el/la visitante:

“(…) para visitantes bueno la mayoría que plantea es que van a estos lugares para poder comprar productos frescos o consumir o comprar productos frescos, artesanales es como que hay otra idea de alimentación digamos que se busca en estos lugares, que también hay un contacto directo con el productor, que el consumidor conoce al productor; después por los precios también ya que son en muchos casos más bajos que el mercado digamos de la ciudad; bueno después para tener contacto con la naturaleza (...)” (Entrevistados/as grupo 1).

Asimismo, lo mencionado anteriormente se constituye en un aspecto diferencial de la feria ya que como lo menciona un/a de los/las entrevistados/as, la comercialización de productos orgánicos representa una mejor calidad en cuanto elaboración y producción de los alimentos, promoviendo un consumo más sano y consciente:

“(…) la diferencia es que es el producto orgánico o recién cosechado directamente desde el productor o emprendedor directamente al comprador, entonces eso es una gran diferencia. Es diferente ir a comprar un pollo de chacra a la feria que ir a comprarlo a un supermercado, que está congelado y lleno de agua y con un montón de hormonas. En cambio, el pollo de chacra es criado con maíz o comprar los huevos caseros de nosotros decimos las gallinas felices que caminan por la chacra, es totalmente distinto; o comprar, en este momento que es temporada de cerezas, de frutillas, de frambuesas, recién cosechadas para ir a la feria, a esas que vienen de otros lados perdiendo la cadena de frío y eso” (Entrevistados/as grupo 2)

A modo de síntesis, se puede dar cuenta que la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” constituye una experiencia turística que tiene como protagonistas principales de dicho desarrollo a los/as productores/as locales, como así también a sus productos elaborados en la región; se promueve

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

así nuevas formas en el consumo y al mismo tiempo, resulta ser una forma de visibilizar y difundir lo que hacen y como lo hacen. Además, como lo menciona un/a de los/as entrevistados/as, el escenario en el que se emplaza la feria también resulta un atractivo que complementa a este espacio, en tanto se trata de un paisaje que contrasta con el urbano y resulta en una experiencia de campo y escape de la rutina:

“(…) esto del turismo rural que se está hablando tanto ahora , que la gente busca salir de la ciudad que esta acá a menos de 30 km para poder ver un caballo, una vaca o un pato en uno de estas micro lagunitas que uno pasa (...); entonces el contexto hace que si, que la feria sea un atractivo para el turismo y también por lo cultural, no te olvides que acá siempre tenemos algún tipo de espectáculo, (...) siempre tiene ese colorcito cultural que a la gente cuando anda de paseo le llama la atención y atrae digamos. Y después que te podés quedar un rato, y esto también hace que la gente al venir no tenga que irse enseguida, se puede sentar en una banca a mirar los árboles; tiene esa impronta que te permite relajarte un ratito en el lugar, no es llegar y comprar e irte” (Entrevistados/as grupo 2).

Asimismo, en experiencias como estas, la ruralidad constituye también un componente atractivo de relevancia; ya que, en el imaginario del visitante, este se presenta como algo diferente a lo urbano y, por ende, se convierte en un nuevo escenario a ser experimentado. Tal es así, que todo lo vinculado a la “vida en el campo” resulta llamativo y propicio para la distención.

“(…) buscamos todos sentirnos bien en el espacio (...) pero después el visitante; que pueda tener baño, que pueda tener canilla para lavarse las manos, que pueda tener banco en donde sentarse, mesas para apoyar su comida, mantel limpio, hay un montón de detalles que hace a esta feria que uno pueda venir y sentirse realmente cómodo (...) Y todos esos pequeños detalles hacen que sienta uno la experiencia de campo, en un espacio ferial, o sea es como una combinación linda” (Entrevistados/as grupo 2).

Para finalizar, se puede dar cuenta entonces que la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” a los ojos del visitante y según lo expuesto por sus propios protagonistas, representa una experiencia que integra además de un componente recreativo vivencial asociado a su ruralidad, también constituye un espacio de distención a la hora de buscar alternativas que escapen a lo

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

cotidiano y que promuevan una concepción basada en la importancia del trabajo colaborativo y la obtención y consumo de alimentos locales y de calidad artesanal.

5.1.2 Feria de la Tierra a tu Mesa, San Patricio del Chañar:

La feria de la Tierra a tu Mesa surge en el año 2013 en la localidad de San Patricio del Chañar; la misma se trata de una iniciativa que lleva adelante el Centro de Formación Profesional n°2 (organismo dependiente del Ministerio de Educación de la Provincia) en sus instalaciones y en el marco de su oferta educativa. Uno de los técnicos de la institución manifestaba al respecto:

“(...) 2013 arranca la feria, ya como la resultante de un montón de emprendedores egresados, que trabajaban y muchas actividades productivas, mucho vínculo con otras localidades, de hecho los feriantes son de Centenario, vista alegre, de varios lugares que se han ido formando; entonces digamos, de algún modo por la historia que tiene el puesto (30 años) es reciente la feria; 2013 por más que hayan pasado 7 años es un proyecto reciente” (Entrevistado/a grupo 1), además destaca “las ferias surgen como una actividad formativa, no surge como un objetivo turístico, surge como una actividad formativa y de comunicación para mostrar lo que hacemos” (Entrevistado/a grupo 1).

En este sentido, según documento publicado en la página web oficial del centro de formación, la feria se origina con tres objetivos principales: “difundir la oferta educativa de la institución, constituir un espacio de formación práctica de los alumnos emprendedores dentro del Módulo "Comercialización" y ser una actividad de extensión comunitaria a nivel local y regional” (Centro de Formación Profesional Agropecuaria n°2 [CFPA 2], s.f.).

Figura 11

Feria de productores de La Tierra A Tu Mesa

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. Adaptado de *Feria de productores de La Tierra A Tu Mesa, s/a*, <https://www.puestochaniar.com/>

Es importante destacar que, el proceso a partir del cual se empieza a dar origen a la feria comienza mucho antes, al darse cuenta desde la institución, lo atractivo que resultaban sus propuestas para el visitante:

“En realidad, nosotros veníamos años anteriores con muchas visitas espontaneas al puesto, se iba corriendo un poco de boca en boca lo que hacíamos ahí, la gente venía a visitar a ver las huertas principalmente, a comprar las verduras de forma espontánea; entonces en algún momento nos dimos cuenta, incluso las escuelas venían sin saber, sin difundir, sin nosotros proponerlo como un espacio de visita; primero las escuelas locales, después de la zona; y entonces dijimos un día, bueno porque no. Surgió la posibilidad de armar un proyecto para pedir financiamiento y bueno empezamos a trabajar, 2009 2010, que ahí bueno empezamos a trabajar con Dani, un equipo de ahí de la universidad (...) ahí armamos la propuesta del circuito interpretativo y ahí empieza como de algún modo a diseñarse”. (Entrevistado/a grupo 1).

Además de la Feria de la Tierra a tu Mesa, existen otros dos proyectos que lleva a cabo la institución, los cuales cuenta con determinadas características y con su propia lógica de funcionamiento, pero que al mismo tiempo, retroalimentan y complementan la feria de productores/as; a continuación, se detallara cada uno de ellos:

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

- Circuito Interpretativo de Procesos Productivos Agroalimentarios: El mismo se presenta como “una propuesta alternativa dentro del corredor turístico "Ruta de las Chacras Neuquinas", siendo un espacio que vincula los procesos educativos con la producción agropecuaria y otorga visibilidad a las prácticas cotidianas de que identifican a la localidad” (Centro de Formación Profesional Agropecuaria n°2 [CFPA 2], s.f.). En lo que referido al origen de esta propuesta uno/a de los/as entrevistados/as manifiesta:

“es otro proyecto vinculado al turismo, que eso aparece en el 2009 y nosotros desde el circuito también fortalecimos bastante el tema de la comercialización con los productores y emprendedores” (Entrevistado/a grupo 1)

y que surge a partir de que

“el visitante siempre le hacia una devolución de los productos, de la calidad, de los precios y todo; entonces ellos (productores de la institución) vieron ahí la posibilidad de empezar a generar visitas”. (Entrevistado/a grupo 1).

A diferencia de la feria, este proyecto si nace con un interés turístico, el cual incluye un recorrido por las diferentes *Unidades Didácticas Productivas*¹⁷ con las que cuenta la institución en su predio y según Rodríguez et al (2019) toma en cuenta tres ejes:

la tierra, el trabajo y los alimentos. La tierra tiene un papel central, tanto por la riqueza que contiene, como por ser un espacio físico que es apropiado y usado con determinados fines. Respecto al trabajo: se recupera el valor de éste en sí mismo y se considera el crecimiento personal de huerteros y emprendedores que van adquiriendo conocimientos acerca de los procesos productivos, de la aplicación de procedimientos necesarios para la producción y de la incorporación de nuevas tecnologías. Y en cuanto a los alimentos, se produce para el autoconsumo familiar, teniendo un control sobre el proceso y la calidad de los productos, y orientando la producción hacia una alimentación sana y saludable (p.309).

¹⁷ Son espacios reales de trabajo que cuentan con habilitación comercial y bromatológica. Están abiertas todo el año y son utilizadas de manera comunitaria por los alumnos que transitan su camino emprendedor. El equipo de técnicos de la Institución Educativa los acompaña con asistencia en el desarrollo de las etapas del proceso formativo-productivo. Incluye: Huertas Familiares Agroecológicas, Granja, cría de gallinas criollas y araucana, Bebidas Fermentadas, Sala Comunitaria de Elaboración de Conservas, entre otros (Centro de Formación Profesional Agropecuaria n°2 [CFPA 2], s.f.).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Figura 12

Mapa del Circuito de interpretación de Procesos Productivos Agroalimentarios.



Nota. Adaptado de Mapa del Circuito de interpretación de Procesos Productivos Agroalimentarios, de Cfpa 2, s/a, <https://www.puestochañar.com/circuito-interpretativo>.

En este sentido, es importante mencionar que las visitas al circuito interpretativo se programan y son coordinadas por personal del CFPA 2; las mismas se realizan todo el año en función de la estacionalidad y los mismos visitantes pueden ser parte de alguna de las actividades cotidianas que se realizan, con el fin de acercarse a través de una experiencia directa con la producción rural y ser parte del proceso (Centro de Formación Profesional Agropecuaria n°2 [CFPA 2], s.f.). Es importante destacar que el recorrido dura aproximadamente una hora y media; y la afluencia de visitas es muy importante, al año reciben aproximadamente cinco mil visitantes; entre los que se destacan turistas que hacen un alto luego de disfrutar de las bodegas de la zona o antes de ir a pasar el día a orillas del Lago Mari Menuco, instituciones de adultos mayores o educativas de diferentes niveles, estudiantes terciarios y universitarios, comunidades de productores o agente estatales (Castro,A, 2021, Puesto Chañar: la usina de emprendedores agroalimentarios de la región. LM Neuquén. <https://www.lmneuquen.com/puesto-chañar-la-usina-emprendedores-agroalimentarios-la-region-n797074>). En la actualidad, el circuito interpretativo se encuentra cerrado debido a la pandemia de Covid-19.

Figura 13

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Visitas de grupos de escuelas primarias al Circuito de interpretación de Procesos Productivos Agroalimentarios.



Nota. Adaptado de Mapa del Circuito de interpretación de Procesos Productivos Agroalimentarios, de Cfpa 2, s/a, <https://www.puestochaniar.com/circuito-interpretativo>.

- *El Festival Manduca*: Este constituye otro de los proyectos llevados a cabo por la institución. Fue en el año 2018 cuando la feria de la Tierra Tu Mesa se integró a dicho festival, como parte constitutiva de dicha propuesta; al respecto, uno de los entrevistados manifiesta

“(…) bueno manduca en 2018/2019 aparece como un evento a fortalecer el proceso de feria porque la gastronomía aparece claramente para fortalecer el proceso y además nosotros incorporamos la gastronomía como una actividad de capacitación” (Entrevistado/a grupo 1).

El Manduca, constituye un festival de comidas caseras al paso que se celebra también en las instalaciones del Cfpa 2. Este se conforma como una actividad institucional de extensión comunitaria, dentro de su programa anual de formación de emprendedores y como un espacio de encuentro entre productores de alimentos, cocineros y consumidores, con la particularidad de poder visualizar en el mismo lugar el proceso de producción de alimentos de estación hasta su transformación en productos elaborados y recetas gastronómicas con una fuerte impronta de identidad regional (Centro de Formación Profesional Agropecuaria nº2 [CFPA 2], s.f.).

Figura 14

Festival de comidas caseras Manduca.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



*Nota. Festival de comidas caseras Manduca, de Cfpa 2, s/a,
<https://www.puestochaniar.com/manduca-festival-de-comidas-caseras>*

En lo que respecta a la forma de organización y participación por parte de los productores, se puede dar cuenta que según lo manifestado por los y las entrevistados/as, la mayor parte de quienes participan en la feria son alumnos y alumnas del CFPA n°2; sin embargo, existe un porcentaje menor de productores/as invitados/as de la región. Al respecto uno de los técnicos del CFPA n°2 comenta

*“(...) Y obviamente también el 90% son todos que han estado vinculado o están vinculados al centro y hay un 10% de invitados (...) Nosotros también organizamos la feria en función de los productos, tratamos de que no se repitan, tratamos de que haya una rotación (...)”
(Entrevistado/a grupo 1).*

Asimismo, una egresada del puesto y productora invitada de la feria manifestó:

“Manduca implicaba encuentros previos, importantes, para definir roles y funciones de cada uno de los feriantes” (Entrevistado/a grupo 2).

Es importante destacar que, para participar del espacio ferial, tanto feriantes/productores-as vinculados/as al puesto como productores/as invitados/as, deben tener producción propia:

“(..) tiene que ser producción y elaboración propia. O sea que quien va a vender tiene que elaborar” (Entrevistado/a grupo 2).

La Feria de la Tierra a Tu Mesa, tuvo lugar en sus inicios una vez al mes y luego semanalmente todos los viernes; en el año 2018, comienza a realizarse en el marco del festival gastronómico Manduca,

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

realizándose cuatro ediciones y siendo la última en noviembre 2019 ya que luego por motivo del coronavirus debieron suspenderse. Según manifiesta una productora/huertera del puesto, participaban antes de la pandemia alrededor de 12 feriantes

“alrededor de 8/12 feriantes. Que son los mismos huerteros” (Sobre la cantidad de feriantes participantes) (Entrevistado/a grupo 2) “Teníamos la feria los días viernes, y dentro del predio colocábamos los mesones, cada uno traía sus productos, producidos en el puesto, para la comercialización” (Entrevistado/a grupo 2).

Figura 15

Puesto de comercialización, Feria de la Tierra a tu Mesa - Manduca.



Nota. Puesto de comercialización, Feria de la Tierra a Tu Mesa - Manduca, de Cfpa 2, s/a, <https://www.puestochaniar.com/manduca-festival-de-comidas-caseras>

En la actualidad, como consecuencia del contexto de pandemia producto del virus COVID-19, la feria y el manduca no pueden llevarse a cabo de la misma forma que se hacían antes de la pandemia. En este sentido, la feria actualmente se realiza un día determinado, previo aviso a la comunidad, y con los protocolos establecidos para asegurar el distanciamiento social.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“(…) bueno ahora en tiempos de pandemia en realidad se sigue haciendo dentro de la escuela solo que no tenemos el tema de las ferias grandes como hacíamos antes; sino que bueno, cada tanto se pone una fecha, se invita a la comunidad, la genta va, compra, con determinados cuidados como se está haciendo con las nuevas ferias” (Entrevistado/a grupo 1).

La feria tiene como objetivo poder comercializar lo que producen en las diferentes unidades didácticas productivas que allí se encuentran. Estas unidades didácticas productivas, como se mencionó en el apartado del Circuito Interpretativo de Procesos Productivos Agroalimentarios, se trata de espacios reales de trabajo que cuentan con habilitación comercial y bromatológica, las cuales están abiertas todo el año y son utilizadas de manera comunitaria por los alumnos que transitan su camino emprendedor, acompañados/as por el equipo de técnicos de la Institución Educativa en el desarrollo de las etapas del proceso formativo-productivo (Centro de Formación Profesional Agropecuaria n°2 [CFPA 2], s.f.). En este sentido, sobre la dinámica de trabajo en las mismas y en las diferentes actividades del puesto, la productora manifiesta:

“(…) nosotros en la parte de granja somos 4/5 familias, en este momento. Y bueno, la cría de pollo parrillero es rotativa; (...) el espacio está disponible, pero van rotando y eso lo manejan los técnicos” (Entrevistado/a grupo 2). Además, destaca: *“Tenemos un horario bastante flexible, depende como vos te organices. Excepto cuando hay cursos de capacitación, que hay horarios; pero después lo otro, vos pones tu horario y vos te organizas. Tenemos un cronograma de riego que también lo llevamos a adelante los mismos huerteros. Y de mantención del espacio lo vamos haciendo cada uno en su sector; (...) la flexibilización horaria es lo que lleva adelante la participación y el mantenimiento de esto... y el compromiso” (Entrevistado/a grupo 2).*

Tal es así que se pone mucho énfasis en la importancia del trabajo colaborativo, como así también en el compromiso de sus participantes a la hora de coordinar las actividades de grupo.

Figura 16
Algunas Unidades Didácticas Productivas

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



*Nota. Algunas Unidades Didácticas Productivas, CIPPA, de Cfpa 2, s/a,
<https://www.puestochaniar.com/unidades-didacticas-productivas>*

En lo que respecta a la coordinación institucional, al tratarse de una experiencia que se da en el marco de una institución educativa (Cfpa n°2), existe un fuerte trabajo con otras instituciones y organismos del sector público a fin de coordinar actividades en conjunto, que beneficien y aporten a la dinámica del puesto y sus propuestas educativas. En este sentido, un técnico del puesto y quien se encarga de todo lo que implica la coordinación institucional, manifestó:

“(...) nosotros lo que hacemos es articular con los municipios, cuáles son las necesidades que se ven en el territorio, que es lo que ellos perciben o si tienen un proyecto que involucre a la parte de producción de agroalimentos (...) Y después bueno, una parte también dedicado a lo que es el apoyo al emprendimiento productivo en sí (...) yo lo que hago es apoyarlos con la gestión financiera, la gestión de microcréditos, de proyectos con otras instituciones, en esto se involucran mucho las ONGs y también el estado, sobre todo el estado provincial (...)” (Entrevistado/a grupo 1).

Asimismo, existe una coordinación activa con diversas áreas de turismo tanto del sector público como privado:

“Con las áreas municipales nosotros trabajamos una jurisdicción de tres municipios: Centenario, Vista Alegre y Chañar, las áreas de turismo municipales con la cual nos vinculamos y articulamos al invitarlos a los emprendedores, feriantes, sin duda. Con el sector privado turístico específicamente nos vinculamos con Eureka (...) que son las que llevan alumnos de las escuelas y

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

visitantes al circuito interpretativo, inclusive han llevado gente al momento de la feria. (...) digamos a esta altura ya estamos vinculados con muchas instituciones vinculadas al turismo, las principales o las únicas que existen” (Entrevistado/a grupo 1)

esto permite dar cuenta del interés que existe en vincular las actividades que llevan a cabo desde la institución, con la actividad turística; teniendo en claro el potencial que tienen y el interés que existe por parte del visitante en conocerlos.

La Feria de la Tierra a tu Mesa, es impulsada por sujetos sociales que llevan adelante un proceso organizativo y de comercialización legítimo centrado en una iniciativa local; y con la posibilidad de salir de los marcos tradicionales de la educación sin perder de vista los procesos de aprendizaje (Rodríguez et al 2019), ya que como mencionamos anteriormente, se trata de una iniciativa de un centro de formación y capacitación para productores/as. Estos sujetos, otorgan a cada experiencia una impronta particular, estructurando su funcionamiento y construyendo una “marca” distintiva. Al respecto, participantes de la feria tomada en consideración comentaron algunos principios que sostienen a este espacio a lo largo del tiempo; entre los que se destaca:

“(...) los criterios fuertes son esos, que no haya reventa, que los produzca el mismo productor/emprendedor que está en la feria que participa del proceso productivo, alguien de la familia, esa es la consigna sí” (Entrevistado/a grupo 1).

Además, se hizo mucho énfasis a la calidad de los productos que comercializan

“(...) la frescura del producto. Son productos sanos, frescos, libres de algún químico, pero sobre todo cortar la verdura y entregársela al comprador... la fragancia, todo eso, se van realmente muy conformes y es muy lindo poder ver que la verdura no está toda deshidratada, acá está cortada en el momento o cortada el día anterior para exponerla ahí” (Entrevistado/a grupo 2).

En función de esto último, puede decirse que se trata de una experiencia construida en el marco de sostener vínculos más justos y solidarios entre producción y consumo, lo que permite dar cuenta de la existencia de lo que los autores Wahren y Gerreiro (2015) denominan como mercado alternativo.

Figura 17
Técnicos y técnicas del Cfpa n°2

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. Técnicos y técnicas del Cfpa n°2, de Cfpa 2, s/a, <https://www.puestochaniar.com/equipo-tecnico>

Continuando con lo mencionado en el párrafo anterior, una de las productoras entrevistadas hace referencia a la feria en tanto espacio comercial y a los vínculos que se generan en torno a la comercialización de los productos, ya sea entre feriantes como con el visitante:

“(…) las ferias son canales de comercialización importantísimos para mí... Y de difusión de mis productos; o sea yo generé clientes nuevos a partir de la feria. A mí La verdad, es que diversifique mi público destinatario y colabora también a concientizar sobre consumo de productos elaborados de forma consciente (...) los productos hortícolas que es parte lo que se comercializa en esta feria también, que son orgánicos, el tema de la soberanía alimentaria, estoy convencida, porque a ver el hecho de no optar por intermediarios, es re importante (...) entonces poder comercializar yo directamente me evito tener intermediarios que generalmente son los se quedan con la ganancia”. (Entrevistado/a grupo 2).

Además, menciona que

“El tema del tejido de redes entre quienes producimos es otra cosa re importante. Eh, porque bueno, te contactas y estableces vínculos, incluso hasta lazos afectivos en cuanto a amistad, porque yo he hecho muchísimas amistades dentro de la feria” (Entrevistado/a grupo 2).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

En este sentido se puede afirmar lo que los autores Wahren y Gerreiro (2015) mencionan acerca de que estos espacios, en tanto circuitos cortos de comercialización, representan un espacio de integración en el que “se hace significativo el intercambio directo entre el consumidor y el productor evitando las largas cadenas de intermediarios y habilitando cierto intercambio de saberes, reconocimiento mutuo y vínculos de confianza, que pueden redundar en la construcción de sociabilidades alternativas” (p336). De esta forma, el intercambio existente entre feriantes y consumidores en este espacio ferial, refleja un componente diferencial que escapa a la forma tradicional de adquirir productos en las grandes cadenas de supermercados, ya que humaniza al producto al entablar contacto directo con su productor/a y conocer más respecto de este y su trayectoria como tal.

Por otra parte, al tratarse de una iniciativa llevada a cabo en el marco de una institución dependiente del Estado, es dable destacar la sostenibilidad de cada uno de los proyectos mencionados; y esto se debe a que desde la institución se estimulan y acompañan los procesos de desarrollo local, generando vinculación institucional, en pos de dar respuesta a necesidades y demandas, a través de una gestión compartida entre técnicos/as, emprendedores/as y productores/as familiares promoviendo nuevas formas supervisadas de organización y de gestión (Rodríguez et al 2019). Se destaca entonces el trabajo en conjunto entre participantes, para lograr y llevar adelante lo que finalmente es la Feria de la Tierra a tu Mesa:

“Nosotros nos sumamos, con su coordinación, con un trabajo activo, como te decía, Esto de estar... organizarnos para ver quién lleva... (...) Por ejemplo, yo me acuerdo que en varias oportunidades lleve leña para quienes cocinaban. Entonces viste, esto de la construcción de lo colaborativo y colectivo me parece que es re importante. Es la base digamos” (Entrevistado/a grupo 2).

Para concluir, se puede decir que la Feria de la Tierra a tu Mesa es, en palabras de sus participantes

“(...) un espacio de comercialización y un espacio que es muy importante, porque te da la oportunidad de encontrarte como productora con tus clientes; de tener ahí, de primera mano, unos piñones, de darle ahí de probar que deguste, que devuelva, que te diga, hacer en general el

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

lazo para una próxima. A nosotros nos interesa eso, ese vínculo, esa vuelta, esa devolución de parte del consumidor, que el tema de la gran venta en feria” (Entrevistado/a grupo 1).

Así, aparece lo que el autor García,A (2010) (Como se citó en Wahren y Gerreiro, 2015) afirma respecto de que las ferias a diferencia de las “grandes superficies” -los supermercados y shoppings-, “se presentan en el espacio público como un lugar de encuentro social, de construcción de subjetividades, ya no anónimas sino afirmadas por el propio encuentro”. En este sentido, lo que prima en la feria de la Tierra a tu Mesa, en tanto espacio multifacético de comunicación, capacitación, exposición, degustación y venta de productos; es el intercambio existente entre visitante y feriante, un intercambio no meramente comercial, sino que también, de experiencias, recetas y saberes; así lo afirma una de sus participantes:

“(…) era una feria que implicaba para quienes asistimos dar a conocer nuestro producto, era muy importante y bueno, como no se cobra era a contribución y el objetivo era siempre que nos ayudemos entre todas las partes. El tiempo estaba puesto ahí, en lo colaborativo” (Entrevistado/a grupo 2) y afirma que las ferias en general y en particular la del puesto “son espacios de ocio y socialización. De uso recreativo y socialización sería (...) y, además, acá (chañar), el sentido es (...) la construcción de una conciencia diferente, en torno a la forma y el tipo de consumo” (Entrevistado/a grupo 2)”.

Se puede decir entonces, que la feria de la Tierra a Tu Mesa constituye no solo un espacio de importancia para visibilizar los diferentes emprendimientos y productores/as que los llevan a cabo; sino que además para el visitante, podrían constituir espacios de reflexión en cuanto a pensar la lógica que existe en torno a la forma y el tipo de consumo de alimentos; promoviendo un consumo más responsable, agroecológico y local de los alimentos.

Figura 18
Productora y visitante



Nota. *Productora y visitante*, de Cfpa 2, s/a, <https://www.puestochaniar.com/feria-de-la-tierra-a-tu-mesa>

Lo vivencial y comunitario como eje de la experiencia

Las ferias de productores/as en tanto producto social, representan espacios en donde a partir de las relaciones entre los productores-feriantes, los consumidores y los actores aglutinadores se generan tramas productivas de agregado de valor, que pueden ser tanto económicas como sociales, culturales y medioambientales (Alamo,M 2019). En este sentido, estos espacios, se conciben como acciones comunales, en las que lo comunitario y vivencial de la interacción entre los actores participantes se constituye en el elemento distintivo de la experiencia.

En función de ello, la Feria de la Tierra a Tu Mesa no constituye una excepción; la misma se configura como un espacio de encuentro en donde a partir del contacto directo con productores/as locales, se genera otro vínculo con el visitante y al mismo tiempo, se ofrece “algo más” que el mero producto que se comercializa;

“la feria es un espacio de comercialización y un espacio que es muy importante porque te da la oportunidad de encontrarte como productora con tus clientes; de tener ahí, de primera mano, unos piñones, de darle ahí de probar que deguste, que devuelva, que te diga, hacer en general el lazo para una próxima” (Entrevistados/as grupo 1).

Figura 19

El encuentro entre productora y visitantes

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. Adaptado de *El encuentro entre productora y visitantes*. s/a.
<https://www.puestochaniar.com/feria-de-la-tierra-a-tu-mesa>

Lo mencionado anteriormente, y a los ojos del visitante, se constituye en un valor que se destaca en su experiencia por la feria, ya que se reconoce que se trata de un espacio vinculado a los circuitos cortos de comercialización y, por ende, espera encontrar allí a la persona que estuvo detrás de la producción del producto que está adquiriendo

“(...) el público lo reconoce, sabe que está yendo a un lugar que no es un supermercado (...) sino que son pequeños espacios, pequeñas unidades productivas (...) en donde tienen la posibilidad de encontrar al productor ahí de primera mano, o sea esta cuestión de evitar un poco la intermediación en el producto por eso también el nombre de la feria, de la tierra a tu mesa”
(Entrevistados/as grupo 1).

Como menciona el autor Leal, M (2015) estos espacios constituyen nuevas formas de relacionarse en las redes de abastecimiento y comercialización, a través del intercambio de productos agroalimentarios. Lo que contribuye no solo a la creación de experiencias desde el punto de vista turístico, que escapan a lo tradicional del mercado y la adquisición de alimentos/productos; sino también que, a partir de este intercambio, se visibilizan costumbres, actividades, formas de producción que van más allá del producto y favorecen al re- conocimiento de la persona que está detrás de toda esa actividad:

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“Permite que se visibilice la actividad del productor, del emprendedor, local regional; conocer otras cosas que van más allá de los productos, que tienen que ver con sus costumbres, sus actividades, el intercambio de conocimiento el visitante es una persona que tiene conocimiento e intercambia en el momento, eso también nos han dicho mucho los emprendedores, que, al intercambiar, al ponerse a charlar con un comprador en una feria han aprendido, han tenido intercambio” (Entrevistados/as grupo 1).

Así, puede decirse que la Feria de la Tierra a tu Mesa se trata de un espacio de relevancia para la comercialización directa entre los productores y consumidores que valorizan la producción local, la participación y la democracia interna de los actores en la toma de decisiones (Alamo, M 2015). Esto último, si bien se desarrolló en apartados anteriores, se considera que también constituye un aspecto que atrae y que se configura como un componente de valor a la hora de tomar la decisión de visitar este espacio; como lo menciona uno/a de los/as entrevistados/as, el público reconoce la forma de gestión y organización asociativa en la que se enmarca la feria:

“(…) el principal valor un poco te lo comenté antes cuando hablábamos de esta cuestión de la producción agroecológica, el tema esto de la economía social también, el público lo reconoce, sabe que está yendo a un lugar que no es un supermercado cuyo dueño vive en Palermo Soho sino que son pequeños espacios, pequeñas unidades productivas que en algunos casos son administrados por varias familias o por varias personas (…)” (Entrevistados/as grupo 1) en donde prima una organización basada en el *“(…) trabajo colaborativo y colectivo, ósea el de que todas las partes participemos en la organización, obviamente coordinada bajo el centro de formación, pero que participáramos productores y productoras fuéramos parte de esa organización” (Entrevistados/as grupo 2).*

Por otra parte, y como se hizo mención en apartados anteriores, la feria de la Tierra a Tu Mesa se combina con el Festival de Comidas Caseras al Paso denominado Manduca. En este sentido, esta experiencia tiene como eje la gastronomía elaborada con productos locales y de estación, lo que contribuye al surgimiento de una modalidad turística asociada a productos agroalimentarios, que otorga al turista experiencias a través del paladar (Leal, M 2015). Como lo menciona un/a de los entrevistados/as:

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“(…) el Manduca, todos los cocineros cocinaban con verduras de las huertas, era una consigna también, vos decías ante la pregunta qué principio tiene la feria, la idea es que la materia prima salga todo de allí. Y todos los menus se definen en función de la verdura de estación que era otro concepto también interesante” (Entrevistados/as grupo 1).

Figura 20
Elaboración de comida en Manduca



Nota. Adaptado de *Elaboración de comida en Manduca*. s/a.
<https://www.puestochaniar.com/feria-de-la-tierra-a-tu-mesa>

Así, como mencionan los autores Blanco,M y Masis,G (2010), es importante tener en cuenta el potencial de la gastronomía local para atraer a los visitantes, ya que como recurso turístico es apreciada por su carácter simbólico en la medida que actúa como identificador de pueblos y territorios y permite acercarse a la cultura de un modo más vivencial y participativo. Ello acompañado de un interés cada vez más presente, por parte del consumidor, hacia el conjunto de relaciones centradas en el arraigo, la tradición y la identidad (Leal,M 2015). En este sentido, experiencias como la del Manduca junto con la feria, representan un atractivo de interés, al promover según se menciona a continuación, la calidad de los alimentos y un espacio común de socialización, que favorece el intercambio con el otro/a y el re-conocimiento otras formas en la elaboración y el consumo de alimentos:

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“(…) la calidad artesanal, la calidad natural de la elaboración, el contacto con el emprendedor, el compartir un espacio (…) Tiene que ver con todo eso, busca conocer cómo se hacen los productos, conocer al emprendedor, la disponibilidad en los contactos, es esto lo que me parece que busca el visitante” (Entrevistados/as grupo 1). “Porque juega con lo recreativo también (…) esta mezcla entre el acceder a los productos para consumo y también esto de lo recreativo y lo de socializar, va de la mano con eso y el aire libre. Y súmale hoy esto de la concientización en torno a la producción orgánica, el cambio de mentalidad en el consumo que se está observando; el hecho del cuidado del cuerpo, de la salud, en torno a que consumo y como lo consumo” (Entrevistados/as grupo 2).

Asimismo, y continuando con la producción agroecológica presente es este espacio, es de destacar que el visitante se acerca al mismo motivado no solo por la adquisición de productos frescos y artesanales, sino también por constituir un espacio de ocio en donde pueda escapar de su rutina diaria y disfrutar de un ambiente natural al aire libre; tal y como lo mencionan algunos/as de los/as entrevistados/as:

“Si bien hoy la gente se quiere asegurar de que los productos sean sanos y van por una cuestión saludable también, creo que es muy terapéutico salir a visitar (…) y te lo dicen ellos. Creo que ahí está digamos la respuesta a porque el turismo y la producción y el agro se pueden vincular; porque hay una necesidad que aparece manifiesta en el visitante” (Entrevistados/as grupo 1). “(…) es un espacio de ocio. porque se quedan, van, comparten, se encuentran con gente conocida, intercambian con quienes producen... esas cuestiones creo que hacen a las expresiones de la cultura, de poder llevar adelante otras formas de ocio. Salimos, como vos decías, de un espacio cerrado, al espacio abierto. Creo que lo abierto, es lo atractivo también. Y la gente no tenía problema en hacer, que se yo, 15 kilómetros para ir a la feria” (Entrevistados/as grupo 2).

En este sentido, haciendo referencia a la procedencia de las personas que visitan este espacio, se puede dar cuenta que, según los resultados de una encuesta realizada por personal del cfpa n°2 en conjunto con la Facultad de Turismo de la Unco en el año 2019; en el festival Manduca de Primavera de ese año, la mayor parte de los visitantes provenían de la ciudad de Neuquén, continúan quienes pertenecían a la propia localidad de San Patricio del Chañar y luego de la ciudad de Cipolletti; se destaca además la presencia de personas de otras localidades del Alto Valle pero en menor proporción

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

que las mencionadas. Esto da cuenta entonces, de que muchas de las personas que visitan este espacio, recorren varios kilómetros para llegar a él, por lo que la distancia no actúa como un impedimento a la hora de elegir este lugar para recrearse y/o adquirir productos frescos (Rodríguez et al 2019). Y al mismo tiempo, como se hará mención en próximos apartados, resulta un atractivo vinculado al turismo de proximidad; en tanto los visitantes que acceden al mismo residen en el espacio geográfico cercano.

Por otra parte, y continuando con la información brindada en la encuesta tomada en consideración, se destaca que entre las principales motivaciones de los visitantes a la feria se encuentran la posibilidad de acceder a productos frescos y de realizar compras; como así también cobra importancia el reconocer a la feria como una actividad turística que brinda la oportunidad de pasar una jornada en familia (Rodríguez et al 2019). En este sentido, como lo menciona uno/a de los/as entrevistados/as, la experiencia de compra y recreación en este espacio constituye una vivencia única e integral, al dar a conocer también las actividades productivas propias del agro:

“(...) por eso también el nombre de la feria, de la tierra a tu mesa, porque vos vas compras, ves y tenes también la oportunidad de (...) algo que lo empezamos a trabajar bastante el año pasado, de ir a cosechar tu propia producción, una de las formas de venta en temporada para evitar la pérdida de productos que no alcanzan a llegar a la feria, es que la gente vaya y compre los días de semana que no hay feria, entonces no se armaba una feria específica en la semana sino que un día a la semana la gente iba, el público va, recorre la huerta y dice: yo quiero ese tomate, esa rucula... y cosechar o acompañar a la persona que está produciendo en el momento de la cosecha; generando ahí otro vínculo, otro beneficio y también que para esa familia que se toma esa molestia de ir de Neuquén o centenario hasta chañar para cosechar una verdura también significa un paseo, desintoxicarse del ritmo diario, un corte digamos en todo lo habitual, en la rutina y bueno, pasear con los chicos, ver el gallinero, de donde salen los huevos o los pollos; bueno todo eso” (Entrevistados/as grupo 1).

Figura 21

Actividad experimental en el marco del Manduca

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. Adaptado de *Actividad experimental en el marco del Manduca*. s/a.
<https://www.puestochaniar.com/feria-de-la-tierra-a-tu-mesa>

A modo de síntesis, se puede decir que la Feria de la Tierra a Tu Mesa constituye una experiencia enmarcada en un escenario rural y que promueve el desarrollo de relaciones sociales entre los participantes que entran en contacto, por lo tanto, es un sistema relacional, simbólico o cultural que provoca que todos los involucrados, principalmente los y las visitantes, generen significaciones propias (Bernal,O; Ruiz,J, 2015). Asimismo, esta propuesta experiencial favorece a que el/la visitante pueda vivir una experiencia diferente a la tradicional ya sea por la interacción con personas que se dedican, en este caso, a actividades productivas tradicionales del agro y por el otro, al tratarse de una experiencia única e inolvidable distinta a los quehaceres cotidianos en contacto directo con la naturaleza.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

5.1.3 Experiencias asociativas, turísticas y comerciales de cercanía

A modo de síntesis, se puede decir que ambas ferias de productores/as si bien surgen en condiciones y con motivaciones totalmente diferentes, son experiencias en donde sus participantes tienen un rol activo en la gestión de estos espacios; lo que conlleva dinamismo a la hora de trabajar en conjunto y asociativismo en cuanto a la forma de trabajo. Este último aspecto, es uno de los más valorados por sus participantes, tanto así que lo resaltan como uno de los que hacen que ambas ferias perduren en el tiempo. Así desde el punto de vista de la economía social, el asociativismo en las formas de trabajo, nos habla de la existencia de “otra economía”, en la cual existen principios económicos que radican en el intercambio, la redistribución y reciprocidad (Coraggio, 2008); esto es un aspecto a resaltar para la construcción de mercados alternativos, como lo son las ferias de productores/as tomadas en consideración, ya que es a partir de este entramado de redes y articulaciones que se habilitan el (re)surgimiento de experiencias compartidas en el territorio.

Además, es importante destacar que estas propuestas pueden ser catalogadas como circuitos cortos de comercialización, en tanto se trata de alternativas comerciales “directa entre productores y consumidores, que disminuyen la distancia física (con producciones locales, de cercanía) y la brecha social (reconociendo el valor del trabajo local, autogestivo; promoviendo la construcción de redes territoriales, la vinculación interinstitucional, etc.)” (Anello, M et al, 2020, p.373). Esto permite entonces, en ambas experiencias, el fomento en la comercialización de productos elaborados en el escenario local orientándose a una demanda local y próxima a estas localidades; destacándose además el hecho de que, en ninguna de las dos ferias tomadas en consideración, se permite la reventa de productos y, por ende, quienes participan deben ser productores/as de la región.

Por otra parte, otro aspecto a destacar es el rol que ocupan los centros de formación profesional agropecuaria (tanto CFPA N°1 Y CFPA N°2) en la capacitación y asesoramiento a los y las productores/as que participan de estos espacios. Si bien, como se mencionó al principio de este apartado, la Feria de la Tierra a tu Mesa es una iniciativa del Puesto Chañar (cfpa n°2), en la feria de China Muerta, el Puesto Plottier (cfpa n°1) también juega un rol interesante en este aspecto, en tanto ente que capacita a muchos y muchas de los y las productores/as que forman parte hoy en día de la feria; como así también lo hace el INTA, ya que uno de sus técnicos fue quien ayudo a los y las

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

productores/as a poner en marcha dicho proyecto, y es quien actualmente, en nombre de la institución, brinda asistencia en el caso que así lo requieran.

Por último, un aspecto a destacar en ambos espacios es el componente cultural y recreativo que se configura en los mismos. Tanto la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” como la de “la Tierra a Tu Mesa”, son experiencias que, si bien no fueron pensadas desde sus orígenes con un interés turístico y recreativo, en la actualidad resultan sitios innovadores y atractivos para el visitante ya que constituyen espacios de esparcimiento en tanto ofrecen gastronomía elaborada con productos locales, espectáculos artísticos y talleres vinculados al consumo responsable ligado a la producción orgánica y artesanal; y, además, complementan dicha oferta con espacio físico para la permanencia del visitante en el predio. Por otra parte, el detrás de la puesta en marcha de cada una de estas actividades turísticas y de ocio, existen determinados principios que son promovidos por sus protagonistas y al mismo tiempo, reconocidos en su mayoría por quienes se acercan a estos espacios; lo que convierte a los mismos en un elemento más de interés por visitar y adquirir productos en ferias como las mencionadas.

5.2 El asociativismo empodera y lo humano atrae

5.2.1 Lo alternativo como atractivo: Cuando la autogestión, el asociativismo y la proximidad se unen:

En función de las características mencionadas anteriormente respecto de la *Feria de Productores y Artesanos de China Muerta*, se puede afirmar que la misma se trata de una experiencia enmarcada en lo que diversos autores mencionan como circuitos cortos de comercialización. Este concepto refiere a formas de circulación agroalimentaria que sólo tienen una o ninguna figura intermediaria entre producción y consumo (López García, 2012) (como se citó en Craviotti,C; Soleno,R; 2015); asimismo, el acortamiento de dicho canal de comercialización, se produce no sólo en términos de distancia física sino también en lo social y cultural, “a través de la confianza y los valores compartidos en torno a los atributos específicos de los alimentos que circulan (ecológicos, sanos, naturales, locales, etc.) e inclusive, por el compromiso de los consumidores en el sostenimiento de estos circuitos” (Soler ,M, et al 2012) (como se citó en Craviotti,C; Soleno,R; 2015, p.3). Tal es así que uno/a de los/as entrevistados/as manifiesta

“(...) no solo es vender sino acercarlo de manera directa del productor al consumidor, eliminar intermediarios, pero visibilizar el sector también o la actividad y bueno estos espacios comunes me parece algo interesante ponerlo.” (Entrevistado/a grupo 1)

En este sentido, el espacio ferial puede caracterizarse no solo como un mero espacio comercial de productos elaborados de manera artesanal, sino que además constituye un medio a partir del cual dar a conocer lo que se produce, como se produce y quiénes son sus protagonistas.

Figura 22

Encuentro Productor - Visitante

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. *Encuentro Productor - Visitante*, 2021, <https://www.facebook.com/feriachinamuerta/>

Es importante destacar que además existen cuatro atributos de alternatividad en este tipo de experiencias (circuitos cortos de comercialización): espacial, social, económica y una referida a los alimentos frescos (Watts et al, 2005) (como se citó en Anello, M et al, 2020).

En lo referido al atributo espacial, es posible hacer mención a la organización y la menor distancia que recorren los alimentos; al respecto algunas de las entrevistadas mencionan:

“Entonces hay muchos matices que uno siga eligiendo estos espacios para poder comercializar sus productos, ya sea que no hay tanto pasa manos, a casi inmediato, yo acá estoy a 500 mts del espacio de la feria, re cerquita.” (Entrevistado/a grupo 2) “(..) la diferencia es que es el producto orgánico o recién cosechado directamente desde el productor o emprendedor directamente al comprador, entonces eso es una gran diferencia” (Entrevistado/a grupo 2).

Otro de los atributos hace referencia a lo social, en tanto favorece vínculos de confianza e interdependencia entre productores y consumidores; al respecto se destaca:

“(..) las ferias tienen este entramado que a vos te permite ser responsable de lo que vas a consumir, podés consultar, podés preguntar directamente con quien está produciendo, de donde viene, que te cuente, que le de valor a la producción (...) entonces el visitante aprende a valorar lo que implica esa producción artesanal pero eso lo tenes nada más porque lo tenes ahí frente a frente y se entabla este dialogo que es único (...) no se da con una góndola” (Entrevistado/a grupo 2).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

En cuanto a lo económico, se puede decir que, por un lado, su viabilidad estrictamente económica (mercantil) se comprueba en su existencia en los intersticios del “mercado hegemónico”, pero, por otro lado, porque en muchos casos, encarnan objetivos sociales de distinta índole (recreación, salud, alimentación, cuidado del ambiente, género, etc.). Si bien la experiencia ferial de China Muerta no constituye lo que algunos autores denominan “supermercado a cielo abierto”, ya que se gestiona bajo determinados principios y determinadas formas de uso del espacio, la relación económica de oferta-demanda, que caracteriza a este sistema económico imperante, está presente, porque justamente constituye la forma en la que estos productores/as puedan vivir económicamente de lo que producen. Sin embargo, esta relación oferta y demanda se da en un marco de armonía con el medio ambiente, en el sentido de que se busca generar el menor impacto posible a la hora de elaborar los alimentos, al mismo tiempo que, quienes ponen las reglas es la oferta, teniendo la demanda que adecuarse a lo que se ofrece en la feria y no viceversa; asimismo, promueven la recreación y el esparcimiento por medio de talleres y diversos espectáculos musicales; y se podría decir, que se busca además crear una conciencia en quienes los y las visitan acerca de cómo se producen y consumen los alimentos que llevan a su mesa. Al respecto se destaca:

“Lo segundo que se trabajó en su momento era que el espacio empezara a albergar más allá de lo comercial, que lo comercial no fuera lo que principalmente se mostraba, es que es una obviedad que eso es una feria para vender pero que no fuera por donde más se quería llamar, entonces se empezó, se planteó como objetivo fuerte y se abordó siempre trabajar la oferta sociocultural (...)” (Entrevistados/as grupo 1) “(...) es una feria distinta porque es una feria cultural, además, donde siempre se hacen espectáculos, siempre se hacen talleres, no solamente es ir y vender, vamos por más nosotros; porque la feria de china muerta es esto, una feria cultural” (Entrevistados/as grupo 2)

Y, por último, el último atributo alude a que están conformadas en una estructura de red, que incluye una amplia gama de productos, no solo de alto valor agregado sino crecientemente de alimentos frescos. Esto se visualiza cuando los y las entrevistados/as hablan sobre la producción de la feria:

“Y Nosotros lo que hacemos es... en la pizza, tratamos de que sea la mayor parte, casi el 100 por ciento te diría de producción nuestra, (...) ahora lo que estamos haciendo es (...) la salsa de

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

tomate y nosotros tenemos acá en la chacra, ponemos tomate y esos tomates cuando los cosechamos los usamos para la pizza y hacemos salsa, entonces (...) nos abastecemos para tener todo el año hasta la próxima siembra de tomate hecha. Después bueno el tomate también es de acá, si le ponemos algún orégano también es de acá, que cortamos, secamos y ahora lo que estamos haciendo es el queso... La muzzarela, porque tenemos una vaquita lechera, entonces estamos haciendo queso; por eso viste, la mayor parte de la pizza, tratamos de que sea de productos de acá, de nosotros” (Entrevistado/a grupo 2). Asimismo, “(...) el pollo de la feria no tiene agregado de agua, inyectar cosas, es más naturales, más criado en chacra... no tiene eso, y son productos que elaboramos, producimos y demás nosotros junto a la gente que viene y lo compra” (Entrevistado/a grupo 2).

Así, se puede dar cuenta que la feria constituye lo que el autor Anello, M et al (2020) habla acerca de “modalidades de comercialización directa entre productores y consumidores, que disminuyen la distancia física (con producciones locales, de cercanía) y la brecha social (reconociendo el valor del trabajo local, autogestivo; promoviendo la construcción de redes territoriales, la vinculación interinstitucional, etc.)” (p.373). Estos espacios promueven dinámicas de compra venta que escapan a las dinámicas del tradicional mercado hegemónico, ya que desde su origen promueven otros principios en el funcionamiento del espacio y buscan entablar hasta otro contacto con el visitante.

Figura 23
Producción local

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. *Producción local*, 2021,
https://www.facebook.com/feriachinamuerta/photos/?ref=page_internal

Lo mencionado anteriormente está acompañado, además, y en el caso de la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta”, de una forma de organización autogestiva, lo cual implica determinados principios entre sus miembros a la hora de planificar y llevar adelante la feria. La autogestión, según el autor Peixoto (2004) (como se citó en Bentos, D; s/a; p.6) refiere a

“el conjunto de prácticas sociales que se caracteriza por la naturaleza democrática de las tomas de decisión, que favorece la autonomía de un “colectivo”. En un ejercicio de poder compartido, que califica las relaciones sociales de cooperación entre personas y/o grupos, independientemente del tipo de estructuras organizativas o actividades, dado que expresan intencionalmente relaciones sociales más horizontales” (p.39).

Se puede decir entonces, que la autogestión permite mayor autonomía en la toma de decisiones y en lo que respecta a organización interna de estas experiencias, ya que son las personas que las promueven las propias protagonistas en estos espacios, son las que le dan razón de ser y visibilidad. Al respecto, entrevistadas/os de la feria de China Muerta manifestaron:

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“la autogestión para nosotros desde que comenzó siempre fue concebida como que no hay un sistema o por lo menos se intenta que no sea verticalista, sino que sea más bien horizontal en el que el poder va circulando y de esa manera cada rol lo va cumpliendo rotativamente diferentes personas, a veces se da más a veces se da menos, pero esa es la intención.” (Entrevistados/as grupo 2). Además, destacan *“(…) solamente nos organizamos como grupo, siempre nos preguntan “quien es el coordinador, quien es el presidente…” nono acá no hay una comisión, acá somos todos iguales, productores, artesanos, emprendedores, trabajamos en grupo autogestivamente sin que nadie nos mande, sin que entre el municipio a decir como tenemos que trabajar, y bueno así nos organizamos” (Entrevistados/as grupo 2)*

Asimismo, es posible agregar que dicha autogestión, según lo manifiesta el autor Peixoto (2004) trasciende la idea de una simple gestión debido a su carácter multidimensional, social, económico, político y técnico (como se citó en Bentos,D, s/a, p.6). Lo social refiere a la capacidad “de engendrar acciones y resultados aceptables para todos los individuos y grupos que dependen de ella” (Peixoto, 2004, p.39) (como se citó en Bentos,D, s/a, p.6); esto nos habla de la capacidad y autonomía de los integrantes de la Feria de China Muerta, a través del asociativismo y el trabajo en conjunto, de llevar adelante acciones de forma comunitaria; al respecto algunos/as de sus integrantes manifiestan:

“Creo que ese es como el fundamento porque de alguna manera no esperamos a que otros nos den el OK para realizar algo, sino que si lo decidimos o consensuamos en que queremos vamos hacia ese lugar; me parece que ese es el principal motor (…)” (Entrevistados/as grupo 2).

La dimensión económica “se asienta sobre procesos de relaciones sociales de producción, que se definen según prácticas que privilegian el factor trabajo en detrimento del capital” (Peixoto, 2004, p.39) (como se citó en Bentos,D, s/a, p.6). Al respecto, se puede hacer mención a la forma de organización, a la hora de buscar alternativas que contribuyan al sustento económico del espacio autogestionado:

“ (...) los choripanes que están en la feria, es un espacio de mucha discusión y conscientemente de ponerlo en práctica, porque una parte de esa es el fondo común de la feria; y a eso se le suma la cajita, que se pasa que hoy por hoy, es una de las pocas ferias que puede ser considerada que se coloca plata a consciencia y a voluntad, no hay un monto fijo para que vos vengas acá (...)

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

entonces no hay un monto fijo; (...) esa organización nos la permite justo esta autogestión” (Entrevistados/as grupo 2). Asimismo, se destaca: “(...) cuando rescato la autogestión no es solo la autogestión económica, si vos supieras los miércoles lo que significa encontrarse, intercambiar ideas, discutir, a veces salís un poquito más dolido otras veces menos, los vínculos que eso implica, los desgaste, bueno todo eso tiene los miércoles la feria (...)” (Entrevistados/as grupo 2).

En cuanto a la política se visualiza en “la construcción colectiva que favorece el poder compartido y el equilibrio de fuerzas” (Peixoto, 2004, p.39) (como se citó en Bentos,D, sinaño, p.6); esto refiere a la inexistencia de un ente, organismo o integrante particular que represente legítimamente a la feria y sus integrantes como espacio colectivo, sino que existe un espacio en donde rige un sistema de consenso grupal:

“(...) que exista una asamblea continua, no una comisión en esta feria. Digamos eso es un formato interesante, complejo para sostener en el tiempo, porque la tendencia es que (...) algún organismo público lo represente o referentes muy individualizados con mucha acumulación de poder; acá se eligió establecer un criterio de asamblea y no comisión y a la vez se estableció un criterio de tomar decisiones grupales en términos de consenso y no de votación de mayorías ordinarias...” (Entrevistados/as grupo 1)

Por último, la dimensión técnica “insinúa la posibilidad de otra forma de organización y de división del trabajo” (Peixoto, 2004, p.39) (como se citó en Bentos,D, s/a, p.6); esto se visualiza en la feria en los medios y las formas que llevan a cabo para organizarse de manera asociativa y de esta manera tomar decisiones, siendo la asamblea uno de ellas:

“...entonces lo autogestionado me parece que con el paso del tiempo va tomando cada vez más fuerza, se siente con más orgullo y se defiende y se trata de reforzar las practicas que lleven a la autogestión; esto de tener la propia asamblea para decidir, rotar los roles y las funciones todos los sábados de quien organiza la feria...” (Entrevistados/as grupo 1).

Se puede destacar que cada una de estas dimensiones permiten dar cuenta la implicancia de la autogestión en estas experiencias, y ello nos lleva a reflexionar la trascendencia del espacio ferial a partir de la asociación entre productores participantes. Para la autogestión, como se mencionó en apartados anteriores, el ejercicio de poder compartido entre sus protagonistas es fundamental; y para

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

ello el asociativismo de las formas de trabajo es un aspecto a destacar entre quienes forman parte de esta experiencia:

“(…) cuando hay mucha gente trabajando junta genera más ruido que si tuviéramos todos, los mismos que estamos acá en China Muerta, con algún otro emprendimiento haciendo cada uno su pulso para atraer la venta, ya sea saliéndola a buscar o quedándose en su propio espacio. Acá unificas todo eso, el movimiento en bandada, es más, energéticamente inclusive, es más saludable a que si cada uno se moviera por sí mismo.” (Entrevistados/as grupo 2)

Por consiguiente, puede decirse que dicha experiencia constituye un espacio en donde se podría hablar de la existencia de principios de la economía social, principalmente en lo que refiere a su forma de organización y gestión grupal. Ya que según como lo mencionan los autores Casalis,A y Altschuler,B (2006) la economía social hace hincapié en el asociativismo de las formas de trabajo en pos de generar fuentes de trabajo e ingresos, y en la distribución de excedentes; esto es una característica fundamental en la feria de China Muerta, ya que como se mencionó anteriormente, al tratarse de una experiencia autogestionada, uno de sus pilares fundamentales para su proyección en el tiempo es el asociativismo de cada uno y una de sus integrantes para así llevar adelante una economía autónoma y al mismo tiempo, alternativa; que escapa a la ideología capitalista individualista y meramente extractiva.

Al respecto y bajo esta lógica, lo alternativo refiere a los valores presentes en este espacio, los cuales resultan pilares de las relaciones sociales allí presentes. Algunos de estos, como la confianza, la reciprocidad y la solidaridad constituyen la base sobre las cuales se perpetua la actividad ferial a lo largo del tiempo, y permite establecer lazos más conscientes a una lógica que se contrapone a la competitividad y el individualismo presente en mercados hegemónicos.

En este sentido, la producción de alimentos basada en la calidad artesanal de los mismos, también forma parte de esta alternatividad; ya que se pone total atención a la forma en que se lleva a cabo la cadena de elaboración de los alimentos y productos que se comercializan en la feria, promoviendo un consumo mucho más responsable y sujeto a una ética en la que el visitante pueda conocer lo que consume y adquiere.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Por otra parte, retomando lo mencionado en párrafos anteriores sobre la economía social, puede decirse además que uno de sus antecedentes radica en “la expansión de iniciativas socioeconómicas autónomas de los sectores populares y sus organizaciones de apoyo como respuesta social a los crecientes niveles de pobreza, exclusión social y precariedad laboral del mundo actual” (Pastore, R, s/a, p.1). En este sentido, como consecuencia del modelo extractivista imperante, no es casualidad que propuestas de estas características se originen a fin de disminuir la brecha existente entre pequeños productores/as locales y su capacidad de producir y comercializar sus productos, en un sistema cada vez más excluyente y cuya lógica de funcionamiento rige en función del valor del mercado; además, es importante tener en cuenta la situación de la actividad económica agropecuaria en el escenario regional, en donde la misma comienza a no ser rentable como consecuencia de la aparición de nuevas alternativas económicas de explotación del suelo para la extracción de hidrocarburos, que despoja a esta y comienza a ser considerada una actividad mucho más rentable que la agropecuaria, aunque más expansiva y peligrosa para el medio ambiente.

Las experiencias de la economía social, según lo planteado por la autora Fingermann, L (2017), son “respuestas desde la sociedad reflejando acción colectiva y resistencia que, basadas en la solidaridad y la construcción de democracia participativa, plantean nuevas formas de producir, distribuir y consumir” (p.6). En tal sentido, en la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” se visualiza la existencia de determinadas acciones de carácter asociativo que buscan generar y establecer determinadas formas a la hora de comercializar sus productos; a través de la asamblea como el espacio común de debate y organización, se busca generar respuestas y tomar decisiones democráticas a determinadas situaciones que hacen al devenir de la feria cada sábado:

“(...) todos los miércoles o la mayor parte de los días que se juntan en la asamblea y participar de las tareas comunes que hay; de mantenimiento de espacio después bueno hacerse cargo de la organización rotativa los sábados, hay una secuencia ahí.” (Entrevistados/as grupo 1) “(...) comencé a acompañar el grupo, siempre estableciendo pautas grupales, con la lógica del trabajo del grupo operativo digamos, tener un encuadre las reuniones, establecer objetivos, metas, distribuir actividades, revisarlas, incorporar formas de comunicación que armonicen las distintas ideas que se tienen y que se pueda trascender el conflicto continuo que tienen los grupos y no estancarse y romperse (...)” (Entrevistados/as grupo 1).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Por otro lado, la economía social según los autores Casalis,A y Altschuler,B (2006) hace hincapié en el asociativismo de las formas de trabajo en pos de generar fuentes de trabajo e ingresos, y en la distribución de excedentes; con el principal objetivo de mejorar las condiciones de vida de los y las participantes. Este es un aspecto a destacar en el espacio ferial de China Muerta, ya que como se mencionó en el apartado anterior se trata de una experiencia autogestiva, por ende, el trabajo en conjunto es fundamental para dar continuidad con dicho espacio a lo largo del tiempo y de esta forma contribuir a la economía familiar de cada productor/a participante, ya que sin feria no hay ingresos para cada uno/a de ellos/as. Así lo plantean al respecto:

“(...) el formato de organización hace que la mayoría o la totalidad de los fijos pasen por la experiencia de gestionar un sábado o de gestionar cosas, eso multiplica el modelo de autogestión porque cada uno sabe lo que significa llevar adelante un sábado la feria, hacerse cargo de cosas... eso fue fortaleciendo digamos el respeto a las decisiones comunes y a la autogestión” (Entrevistados/as grupo 1). “(...) Somos dos por sábados los responsables de cada sábado y los miércoles se hace la evaluación de lo que fue y de cómo vamos a seguir, que queremos seguir implementando, como queremos seguir mejorando nuestro predio, y todo eso se va trabajando”. (Entrevistados/as grupo 2)

Además, es importante añadir, que en el contexto del Aislamiento Social Preventivo producto de la pandemia Covid19 en el año 2020, las ferias estuvieron cerradas por un extenso periodo de tiempo, lo que afectó la economía familiar de muchos/as de estos/as productores/as, al no contar con un espacio en donde comercializar sus productos. En este sentido, se estuvo trabajando en un protocolo a fin de poder reabrir este espacio; el mismo fue confeccionado por los propios feriantes con ayuda de un técnico referente del INTA, y una vez finalizado, fue presentado a las autoridades para su aprobación. Así lo comentaban sus protagonistas:

“(...) Y también es cierto que nos estuvo dando una mano Cesar Gutiérrez que es del INTA. Él es el compañero de una de las chicas, que está acá con cerámica, entonces está ahí dando una mano siempre en ese sentido. Y nos dieron una mano con el armado de protocolo. En realidad, el protocolo lo armamos todos los feriantes y ellos después lo revisaron. Nos dieron algunos tips de lo que faltaba, de lo que podíamos sumar o quitar. Y finalmente bueno, se aprobó el protocolo”. (Entrevistados/as grupo 2).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

La feria pudo reabrir el 5 de septiembre de 2020; luego de realizar una serie de capacitaciones con profesionales del INTA en coordinación con el EDEP (Ente de Desarrollo Económico de Plottier), y modificaciones de infraestructura en el predio conforme a los protocolos elaborados y con la autorización y supervisión de Defensa Civil a fin de garantizar la seguridad e higiene tanto de productores como visitantes. En este sentido, en la entrada al predio se dispone de un acceso controlado, con suministro de alcohol en gel, puestos de lavado de manos en varios sectores y demarcación de distancia mínima; como así también el uso obligatorio de barbijo.

Figura 24

Protocolo de ingreso al espacio ferial



Nota. *Protocolo de ingreso al espacio ferial*, 2021, Elaboración propia.

Sin embargo, es importante destacar que durante los meses en que la feria no estuvo habilitada para funcionar y ante esta situación, también el trabajo colaborativo en pos de generar ingresos a cada uno/a de ellos/as fue un aspecto central y a destacar. Así, se trabajó con el armado de canastas de diversos productos con entrega a domicilio y a demanda. En cuanto a la forma de organización en dicho contexto uno/a de los/as entrevistados/as manifestaba:

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“(…) se ensayó comercializar de manera conjunta fuera de los espacios de los sábados a través de las canastas (en la pandemia); yo creo que eso, como te digo puede llegar a ser algo ocasional circunstancial, pero abrió una puerta de trabajo distinta a lo que en estos ocho años se había hecho. (…) lo comunitario se aborda en el espacio de la feria, pero fuera del emprendimiento hay individuales; cada uno individualmente resuelve su emprendimiento. Entonces la pandemia lo que vino a traer como respuesta creativa me parece y dar lugar y que hay que ver como eso continua y materializa, es a pensar en los escenarios como los no sábados la comunidad próxima, la economía individual”. (Entrevistados/as grupo 1)

Esto permite dar cuenta que el grupo de feriantes y/o productores/as que conforman la Feria de China Muerta son portadores/as de una ética organizadora de la vida social que promueve el constante trabajo en red entre ellos/as. Por otra parte, pensar y poner en practica principios de la economía social en experiencias de estas características, permite recuperar el sentido sustantivo de la economía, proponiendo un horizonte de transformación social, de construcción de una economía anclada en otros valores diferentes al dogma utilitarista, en donde la economía no aparezca escindida de la sociedad, y cuyo eje sea el trabajo, pero un trabajo que permita satisfacer las necesidades y deseos de todos a través de una relación armónica con el medio ambiente (Fingermann,L, 2017). La relación armónica con el medio ambiente permite además otras formas a la hora de producir los alimentos, de forma más saludables para el propio consumidor; tal y como lo manifiesta uno/a de los/as entrevistados/as:

“Es diferente ir a comprar un pollo de chacra a la feria que ir a comprarlo a un supermercado, que está congelado y lleno de agua y con un montón de hormonas. En cambio, el pollo de chacra criado con maíz o comprar los huevos caseros de nosotros decimos las gallinas felices que caminan por la chacra, es totalmente distinto; o comprar, en este momento que es temporada de cerezas, de frutillas, de frambuesas, recién cosechadas para ir a la feria a esas que vienen de otros lados perdiendo la cadena de frio y eso” (Entrevistados/as grupo 2).

Lo mencionado anteriormente, también da cuenta de determinados principios que se tienen en consideración a la hora de comercializar productos en la feria. Estos principios pueden estar ligados al concepto de soberanía alimentaria, en tanto se busca generar una nueva forma de entender la agricultura, el papel de la alimentación, la vida rural y el vínculo entre el campo y la ciudad. Asimismo,

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

una economía ligada a la soberanía alimentaria como menciona la autora Fingermann, L (2017), al intentar resolver qué producir, cómo y para quién, defiende los bienes comunes de la humanidad en vez de mercantilizarlos; además de que este “basada en la solidaridad, asentada en experiencias colectivas que tengan en cuenta las particularidades de los territorios, cuyo objeto sea la reproducción ampliada de la vida, que lleve a una transformación social, una democratización de la economía y una ciudadanía participativa” (Fingermann,L, 2017 p.6). En este sentido, uno de los aspectos a destacar en la feria de China Muerta es el hecho de que no se permite comercializar artículos de reventa, ya que quienes participan de este espacio deben ser productores y/o elaboradores y, por ende, ser ellos/as mismos/as quienes elaboren el producto y luego lo comercialicen, para así dar a conocer el proceso de producción de los alimentos sin ningún tipo de intermediarios; al respecto los/as entrevistados/as manifestaron:

“(...) los que participáramos de este espacio teníamos que ser productores o elaboradores o que cultiváramos una huerta, tratábamos de que sea la producción local de vecinos que ya estábamos viviendo acá en China Muerta (...)” (Entrevistados/as grupo 2). Además “(...) la idea es que sean productos que elaboramos nosotros, pero viste por ahí el tema... yo el pan no puedo tener el trigo sembrado. Entonces compro la harina, pero lo elaboro, ahí yo sería una elaboradora. Pero hay compañeras que hacen todo si (...) Tratamos de que la reventa no esté; salvo y funcional con la fruta y verdura”. (Entrevistados/as grupo 2).

Figura 25

Puesto de verduras de producción local

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. Puesto de verduras de producción local, 2021,
https://www.facebook.com/feriachinamuerta/photos/?ref=page_internal.

Sin embargo, es importante añadir que, si bien se busca que los productos a comercializar sean de producción local y propia, existen algunas excepciones principalmente en la comercialización de frutas y verduras ya que por cuestiones climáticas no se puede garantizar la producción de algunos productos:

*“(...) hacemos que vengan verduleros, pero tratamos de que bueno los verduleros que vengan por lo menos una parte de su producción, de su venta, de lo que tengan para vender sea de producción propia; porque los verduleros, la gente que se dedica al puesto de verduras en la feria, en general tienen una parte de producción propia y otra parte que compran en el mercado.”
(Entrevistados/as grupo 2).*

Por lo tanto, se pueda dar cuenta que estas iniciativas “expresan sentidos muy potentes, que simbolizan también una forma distinta de producir, recuperando los saberes, técnicas y especies propias de la región, y recuperando independencia y autonomía frente al modelo de producción imperante que genera dependencia y exclusión” (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

(INTA), 2011, p.21). Dicha experiencia se constituye entonces en lo que los autores García,L; Wahren,J (2015) denominan como comercio justo, en el cual se busca “sostener vínculos más justos en la producción y el consumo” (p.11) y así dar prioridad a una nueva forma de producir, distribuir y consumir los alimentos. Al respecto uno/a de sus participantes menciona:

“(…) no solo es vender sino acercarlo de manera directa del productor al consumidor, eliminar intermediarios, pero visibilizar el sector también o la actividad y bueno estos espacios comunes me parece algo interesante ponerlo.” (Entrevistados/as grupo 1).

Además, otro aspecto a destacar en experiencias de estas características es el de “garantizar un pago justo para el productor por los bienes producidos, más allá del precio que podría establecer el sistema de oferta y demanda, de tal manera que se forme un vínculo entre el productor y consumidor y ambos generen una relación de ganancia mutua” (Azqueta, 2007) (como se citó en López, et al 2017 p.548). De este modo, la interacción con el visitante es un aspecto a destacar y es el valor agregado que hace a la experiencia de algún modo significativa tanto para el visitante como para el productor, al mismo tiempo que permite una mejor valorización del trabajo de este último. Una de las feriantes participantes comentó al respecto:

“(…)Yo hago cerámica, yo sé mil veces que un cacharro mío, si vas a comprarlo en el mundo de lo importado sale nada, pero si yo le cuento a quien viene acá lo que a mí me lleva, el tiempo, las horneadas, el consumo de luz, que lo hago en un torno; bueno yo creo que ahí dice “ahhh mira, entonces el valor se condice con lo que está haciendo” entonces aprende a valorar lo que implica esa producción artesanal pero eso lo tenes nada más porque lo tenes ahí frente a frente y se entabla este dialogo que es único (…)” (Entrevistado/a grupo 2).

Experiencias basadas en el comercio justo, refieren a otro modo de comercialización en donde las leyes del mercado no son las únicas variables tomadas en cuenta para la fijación de condiciones de intercambio; que respeta a su vez los derechos y garantías mínimas de cada uno de sus actores, y que puede apoyarse en diversos procesos de negociación que estén orientados hacia la construcción de otra economía (Orzi,R; Plasencia,A 2013, como citado en Figermann,L, 2017). Al respecto, en la feria de China Muerta, un aspecto central es el hecho de que no se trata de un espacio meramente comercial, en donde se privilegie lo económico/comercial por encima de otros aspectos; caso

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

contrario, el aspecto cultural de la interacción con el visitante como así también el de esparcimiento y recreación juegan un rol importante en dicho espacio y para quienes lo gestionan:

“Lo que si nosotros siempre consideramos que todo lo que hay acá representaba una oportunidad no solamente comercial, sino también de esparcimiento recreación y de reconocer como se hacen las cosas; si vos haces una lectura muchas veces de los medios virtuales que ellos tienen, la gente tiende a reconocer eso digamos de este espacio, que no solamente uno ingresa acá y siente que va a comprar, sino que encuentra otras cosas” (Entrevistados/as grupo 1). Además, resalta “(...) lo que existe acá es una experiencia comunitaria que no privilegia el comercio, el lucro y la ganancia por sobre otras experiencias”. (Entrevistados/as grupo 1).

Así, se puede dar cuenta la importancia que tiene en dicho espacio el componente cultural y recreativo, en tanto se invita al visitante a permanecer en él y a disfrutar del lugar en el que la feria se emplaza. Dando lugar así a un espacio en donde la relación social, comercial y cultural que se establece entre productores, pobladores y visitantes, convierte al mismo en un producto social (Blanco,M; Masís,G, 2010).

Figura 26

Espectáculos musicales y teatrales en el predio de la feria



Nota. *Espectáculos musicales y teatrales en el predio de la feria, 2021,*
https://www.facebook.com/feriachinamuerta/photos/?ref=page_internal

A modo de cierre, se puede decir que la Feria de China Muerta representa un espacio comercial en el que sus participantes juegan un rol activo en su dinámica de funcionamiento habitual, como así también, en dar a conocer y mantener la autenticidad de la feria. Se trata de un grupo humano que

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

expresa y es resultado de subjetividades colectivas portadoras de iniciativas y una ética organizadora, que se ve reflejado en la gestión organizativa que tiene en la actualidad la feria de China Muerta.

Se considera pertinente destacar, como el componente humano en dicho espacio, constituye el eje no solo de sostenimiento de este espacio a lo largo del tiempo, que no es menor, sino también lo que le otorga el principal componente de valor a la feria, al entablar relaciones basadas en la reciprocidad (en tanto éstas buscan el bienestar social y no la maximización del lucro). Esto se materializa al entablar un contacto directo con los y las visitantes, a partir del cual se facilita el dialogo y con ello, la importancia de lo que se está comprando; no solo se adquiere el producto sino ese valor agregado que lo constituye la charla con quien lo hizo, como lo hizo y todo lo que hay detrás de ese espacio al que se está visitando.

Asimismo, resulta interesante pensar este espacio como un espacio de encuentro con el otro, que te invita a permanecer; la alternatividad del espacio, en tanto principios como la autogestión, el contacto directo, la solidaridad y lo colectivo, son algunos de los aspectos que hacen que la feria de China Muerta sea un espacio diferente; y en tanto diferente, que promueven otra lógica de funcionamiento en la relación oferta – demanda y de adquisición de productos y alimentos. En este sentido, lo atractivo resulta en un espacio en donde el componente humano es el que hace la diferencia a la hora de elegir no solo donde adquirir productos y/o alimentos sino también, donde poder escapar de la rutina y disfrutar de un almuerzo al aire libre.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

5.2.2 Lo cotidiano como atractivo: Hacia una experiencia productiva, educativa y agroecológica

En lo que respecta a la feria de productores/as de la Tierra a tu Mesa, se considera que la misma se trata de una experiencia también enmarcada en lo que diversos autores denominan una experiencia de circuitos cortos de comercialización. En este sentido, según los autores Binimelis y Descombes (2010) (como se citó en Díaz,J, Chauca,M, Ceballos,S 2015) los circuitos cortos de comercialización son parte de iniciativas que transforman el mercado en un medio para el desarrollo, más que en un fin en sí mismo. De esta forma, se puede dar cuenta, como se hizo mención en apartados anteriores, que dicha experiencia es una iniciativa institucional del Centro de Formación Profesional n°2 de la localidad de San Patricio del Chañar; en tal sentido, la misma surge con la intención de crear un espacio en donde los y las productores/as puedan completar su actividad formativa del módulo de comercialización de sus productos:

“(...) nace como una actividad formativa, no surge como un objetivo turístico, surge como una actividad formativa y de comunicación para mostrar lo que hacemos” (Entrevistados/as grupo 1). Además, destaca, “Empezamos a pensar un programa de formación de emprendedores con todas las etapas. Teníamos claro y en marcha todas las etapas previas a la comercialización, pero los emprendedores no llegaban a esa etapa del punto de vista formal, de la formación. Entonces empezamos a hacer actividades de comercialización (...)” (Entrevistados/as grupo 1).

Así, se puede decir que los circuitos cortos de comercialización son, entonces, “circuitos comerciales que plantean el acercamiento de los productores a los consumidores finales, evitando en la medida de lo posible la intermediación” (Lacroix,P, Cheng,G; 2014, p.14). Tal es así, que tal y como lo plantean los y las entrevistados/as, este acercamiento, de forma directa, implica también una mejor calidad en cuanto a la relación productor/a – visitante:

“la feria es un espacio de comercialización y un espacio que es muy importante porque te da la oportunidad de encontrarte como productora con tus clientes; de tener ahí, de primera mano, unos piñones, de darle ahí de probar que deguste, que devuelva, que te diga, hacer en general el lazo para una próxima.” (Entrevistados/as grupo 2)

Figura 27
Productora y visitantes

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. *Productora y visitantes, s/a*, <https://www.puestochaniar.com/feria-de-la-tierra-a-tu-mesa>

Además, estos circuitos se caracterizan por “precios más justos para el productor y el consumidor, una oferta productiva ecológica o más saludable y una mayor diversidad de los productos locales con énfasis en las variedades” (Lacroix,P, Cheng,G; 2014, p.14). En función de ello, la feria de la Tierra a Tu Mesa tiene la particularidad de poseer en el propio espacio en el que se desarrolla la feria (instalaciones del cfpa n°2) unidades de producción (huertas, salas de elaboración, salas de conservas, etc) en donde producen los alimentos que luego se comercializan en el espacio ferial; y como se hizo mención en el apartado anterior, son comercializados por las mismas personas que los producen. Tal es así, que al respecto se destaca:

“(...) son pequeños espacios, pequeñas unidades productivas que en algunos casos son administrados por varias familias o por varias personas, saben que tienen la posibilidad de encontrar al productor ahí de primera mano o sea esta cuestión de evitar un poco la intermediación en el producto por eso también el nombre de la feria, de la tierra a tu mesa, porque vos vas compras, ves y tenes también la oportunidad de ir y eso es algo que lo empezamos a trabajar bastante el año pasado, de ir a cosechar tu propia producción” (Entrevistados/as grupo 2). Asimismo, uno de los requisitos a destacar para participar de la feria es *“(...) que no haya reventa, que los produzca el mismo productor/emprendedor que está en la feria que participa del proceso productivo, alguien de la familia, esa es la consigna sí” (Entrevistados/as grupo 2).*

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Lo mencionado anteriormente permite dar cuenta además de una oferta productiva ecológica, en el sentido de que al tratarse de pequeñas unidades productivas se preserva la calidad del producto y el tiempo que ello conlleva. En este sentido, en palabras de los autores Lacroix,P, Cheng,G (2014) las ferias en el marco de circuitos cortos de comercialización: “dan autonomía a los productores, les permiten mejorar no solo su alimentación mediante beneficios económicos, sino también la de las familias consumidoras —con la oferta de productos más frescos— y con la apuesta por productos más limpios y/o ecológicos”(p.192). Se destaca, además, la proximidad del producto dado por el menor trayecto físico que recorren los mismos, ya que estos son cosechados en parcelas contiguas a la feria, y por la mayor cercanía al comprador –contactos directos, cara a cara. Huerteros/as del Cfpa n°2 comentaron al respecto:

“(...) la frescura del producto. Son productos sanos, frescos, libres de algún químico, pero sobre todo cortar la verdura y entregársela al comprador... la fragancia, todo eso, se van realmente muy conformes y es muy lindo poder ver que la verdura no está toda deshidratada, acá está cortada en el momento o cortada el día anterior para exponerla ahí” (Entrevistados/as grupo 2). Asimismo se destaca *“(...) la verdura se corta a 20 mts de donde estas comprando la verdura, el vino se elabora ahí a 20 mts, la gallina y los huevos se ponen ahí a 30mts; eso, es difícil pensar en una feria en la calle por más que el productor diga yo lo traigo de la chacra; entonces estamos pensando como ese valor, esa cuestión que se valora mucho por parte del visitante, como trabajar si pensamos que tanto Manduca como la feria se pueda pensar en otro lugar con ese criterio” (Entrevistados/as grupo 1).*

Figura 28
Comercialización de productos frescos y orgánicos

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. Comercialización de productos frescos y orgánicos, s/a, <https://www.puestochaniar.com/feria-de-la-tierra-a-tu-mesa>

Lo mencionado con anterioridad nos habla además de estos espacios como un espacio de encuentro en donde hacer avanzar el paradigma de la soberanía alimentaria, ya que los circuitos cortos permiten acortar distancia y conocer lo que se consume, cómo fue producido, por quiénes, en qué condiciones, y poder decidir a partir de estos conocimientos, lo cual es un aspecto interesante en el camino hacia la construcción de otra economía (Fingermann, L 2017). Al respecto, se destaca lo importante que es para los y las protagonistas de dicha experiencia la inocuidad de los alimentos que producen y se comercializan en la feria:

“(…) nosotros tenemos una mirada social, una mirada política, entonces desde esa idea de generar un vínculo con la población de la llegada de alimentos seguros, en calidad, en inocuidad, en seguros en todo el proceso productivo de poder estar ofreciendo un tomate o una rucula que tenga los valores nutricionales que tienen que tener y sin los problemas de los agrotóxicos (...)” (Entrevistados/as grupo 1). “Hay consignas en la feria. Y una de las consignas muy fuerte es esta, el producto tiene que estar elaborado, nosotros como institución tenemos que conocer el procedimiento, como lo hace, quien lo hace, que tipo de autorización y habilitaciones tiene ... sin duda la reventa no” (Entrevistados/as grupo 1).

En efecto, en el encuentro entre productor/a y visitante “se ponen en juego y se desarrollan importantes procesos subjetivos que fortalecen, a partir del intercambio, una valoración diferente del trabajo campesino y de sus producciones, así como una manera particular de producir y vincularse

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

entre consumidores y productores” (Wahren y Guerreiro, 2015, p.337). De este modo, mientras la economía capitalista globalizada despersonaliza y desterritorializa productos, productores y culturas; las ferias y los pequeños mercados locales pueden pensarse como formas de (re)territorialización de las producciones y las relaciones sociales, donde a su vez asume importancia la decisión del productor sobre qué y cómo se produce y del consumidor sobre qué y cómo se consume (Wahren y Guerreiro, 2015). En este sentido, para el productor/a, el hecho de ofrecer productos frescos, constituye un valor agregado a dicho intercambio, que favorece y fortalece el vínculo entre ellos/as y sus clientes:

“(...) la frescura del producto. Son productos sanos, frescos, libres de algún químico, pero sobre todo cortar la verdura y entregársela al comprador... la fragancia, todo eso, se van realmente muy conformes y es muy lindo poder ver que la verdura no está toda deshidratada, acá está cortada en el momento o cortada el día anterior para exponerla ahí” (Entrevistados/as grupo 2).

“(...) son canales de comercialización importantísimos para mí... Y de difusión de mis productos; o sea yo generé clientes nuevos a partir de la feria. A mí La verdad, es que diversifique mi público destinatario y colabora también a concientizar sobre consumo de productos elaborados de forma consciente (...) los productos hortícolas que es parte lo que se comercializa en esta feria también, que son orgánicos, el tema de la soberanía alimentaria, estoy convencida, porque a ver el hecho de no optar por intermediarios, es re importante”. (Entrevistados/as grupo 2)

Tal es así, que en este espacio se promueve un modelo de producción de alimentos diferente al de la agricultura industrial, que genera dinamismo económico y social en el ámbito local; y constituye, además, un punto de encuentro muy importante entre productores y consumidores (Craviotti, C; Soleno, R; 2015). Se plantea entonces la importancia de construir otra economía que esté basada en la solidaridad y asentada en experiencias colectivas, que permita la construcción de otros valores diferente al dogma utilitarista, valores que tengan en cuenta las particularidades de los territorios y que se centre en la calidad de vida de las personas. Así lo manifiesta uno/a de los/las entrevistados/as:

“(...) una economía competitiva te va a llevar a los agrotóxicos inmediatamente porque yo necesito sacarme las hormigas de acá lo más rápido posible, la pulga, lo que sea, y quiero cosechar verde para llegar al mercado concentrador antes que mi vecino, entonces cosecho verde y llego no me importa (...) bueno todo eso sucede por la economía capitalista, una economía competitiva; entonces en una economía social voy a estar pensando primero en no

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

envenenarme yo durante mi trabajo de cultivo y a partir de ahí por lo menos al pensar en mi voy a estar beneficiando a mis clientes”. (Entrevistados/as grupo 1)

En este sentido, a pesar de estar inmersos en un sistema capitalista cada vez más expansivo e influyente en la cotidianidad y la cultura de productores y productoras locales, estos a través de estas prácticas agroecológicas, de asociativismo y cooperación en la producción de alimentos, se territorializan¹⁸ y apropian estos principios como base del sostenimiento de este espacio ferial a lo largo del tiempo.

Aparece así, una economía alternativa que tiene en cuenta motivaciones y subjetividades que van más allá de lo estrictamente “económico” (aspectos relacionados con lo social, cultural, político y ecológico). Los feriantes sin duda buscan realizar su producción, pero también valoran sentirse parte de un colectivo que se organiza, debate, produce y construye un espacio de trabajo asociado. Así, se puede hablar nuevamente de una experiencia que lleva adelante principios de la economía social como un aspecto intrínseco de la institución al momento de implementar la actividad; y en donde además la cuestión educativa adquiere centralidad y eso representa una experiencia donde se vinculan los ejes producción, trabajo y educación que es novedosa:

“Por eso cuando remarcamos lo social en términos económicos, lo que estamos queriendo decir es que lo importante es el ser humano, es la persona y no el valor que se intercambia. Es a grandes rasgos poner al ser humano por encima del dinero” (Entrevistados/as grupo 1). “(...) ahí en el puesto que, si bien es un ámbito educativo y del estado, no se puede implementar otro tipo de práctica que no sea la de la economía social, porque nuestro principal objetivo es la educación, entonces la educación empieza también un poco con la educación en valores, y los valores humanos bueno, son los que atraviesan todas las cuestiones sociales y es lo que a nosotros nos interesa resaltar. Entonces bueno, partiendo de esa base, podemos decir que por ejemplo una de las cuestiones que nosotros tenemos como premisa es que no haya explotación de una persona

¹⁸ La territorialización entendida cuando las comunidades asientan sus prácticas agroecológicas y se enraízan en una matriz cultural, afirmando la identidad campesina; y al mismo tiempo privilegiando el fortalecimiento y la multiplicación de procesos locales y a pequeña escala (Guzmán, A y Ferguson, B; 2021).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

por otra en el proceso productivo. Buscamos trabajar la cuestión productiva desde una mirada de asociativismo y no desde competencia” (Entrevistados/as grupo 1).

En la economía social, como menciona el autor Pastore (s/a) existe una forma de organización de un grupo humano en el que se realizan actividades económicas (es decir de producción o distribución de bienes o servicios), pero cuya principal finalidad se orienta al bienestar humano, es decir a la satisfacción de necesidades humanas, privilegiando para ello como factor productivo clave, a la fuerza de trabajo antes que al capital invertido. En este sentido, en la experiencia de la feria de la Tierra a Tu mesa como así también en el resto de las actividades propuestas por el CFPA N°2, se trabaja mucho en la persona y su trayectoria en cada una de las actividades, procurando además que se establezcan vínculos justos y solidarios con el resto de los productores/as en todo el proceso de aprendizaje:

“Tal vez no se trabaje tanto de forma conceptual, pero si en la acción. Con esto quiero decir, nosotros cuando trabajamos por ejemplo en micro créditos, igual que el espacio de la feria, no es un espacio de competencia sino colaborativo, cooperativo (...) así como la feria, el microcrédito es una acción concreta en donde el emprendedor aprende a tener un financiamiento de un pequeño plan de negocio y la garantía es solidaria, el otro compañero es solidario es garantía ... y establecemos esa relación entre ellos y eso genera un concepto de la economía social sin explicitarlo de esa manera de forma directo.” (Entrevistados/as grupo 1). “Eso es a cabo del mismo compromiso de las personas que están acá, y la disponibilidad y el acompañamiento de la parte directiva; porque te dan el espacio como para que vos te sientas cómodo, pero no descuides lo otro; y eso es muy importante” (Entrevistados/as grupo 2).

Asimismo, teniendo como eje la fuerza de trabajo desde el enfoque de la economía social también se vislumbran relaciones de asociativismo y cooperativismo en la gestión de estas iniciativas, buscando así, a través del trabajo, satisfacer las necesidades y deseos de todos y todas sus participantes en una relación armónica con el medio ambiente (Fingermann,L 2017). El trabajo en equipo entre los y las productores/as participante es de vital importancia para lograr el objetivo deseado; así lo manifiestan los y las entrevistados/as:

“(...) manduca y de la tierra a tu mesa, toda, porque tienen el mismo espíritu o tenían, porque bueno ahora no se han podido hacer, pero bueno todas tenían el mismo espíritu: el del trabajo

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

colaborativo y colectivo, ósea el de que todas las partes participemos en la organización, obviamente coordinada bajo el centro de formación, pero que participáramos productores y productoras fuéramos parte de esa organización” (Entrevistados/as grupo 2). “Esto era re importante, de que era una feria que implicaba para quienes asistimos dar a conocer nuestro producto era muy importante y bueno como no se cobra era a contribución y el objetivo era siempre que nos ayudemos entre todas las partes. El tiempo estaba puesto ahí, en lo colaborativo” (Entrevistados/as grupo 2).

En este sentido, la Feria de la Tierra a tu Mesa constituye una alternativa de comercialización que permite, a fin de cuentas, desarrollar una dimensión educativa-transformadora, eliminar al máximo la figura del intermediario, y favorecer la producción local, disminuyendo la huella de carbono de la comercialización y protegiendo el medio ambiente en el amplio sentido de la palabra (Saravia, P, 2020). Lo que da lugar entonces a la presencia de un comercio más justo, en el cual, a través de su práctica y reconocimiento, los consumidores enfatizan el cuidado ambiental y una ganancia adecuada al productor, de tal manera que la venta de sus bienes genere excedentes y le permita mejorar sus ingresos (López,S; Romero,M; Villegas,W; 2017).

“Permite que se visibilice la actividad del productor, del emprendedor, local regional; conocer otras cosas que van más allá de los productos, que tienen que ver con sus costumbres, sus actividades, el intercambio de conocimiento el visitante es una persona que tiene conocimiento e intercambia en el momento, eso también nos han dicho mucho los emprendedores, que, al intercambiar, al ponerse a charlar con un comprador en una feria han aprendido, han tenido intercambio” (Entrevistados/as grupo 1) “(...) el hecho de yo producir y comercializarlo directamente o contarle al público el Proceso de producción y que la gente conozca como es, es fundamental, muy importante (...) Contribuye también al crecimiento cultural de una localidad porque enriquece que la gente se acerque y sepa que es lo que esa localidad puede ofrecer.” (Entrevistados/as grupo 2).

Así se puede decir, que a través de estas modalidades de comercialización se plantea la posibilidad de construir nuevos modos de producción, comercialización y consumo que generen relaciones sociales más justas; en donde el productor pueda visibilizar lo que produce y dar a conocer como lo produce, mientras que el consumidor conozca lo que hay detrás de lo que compra y consume.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Resulta pertinente destacar que la producción agroecológica y el fomento de la capacitación para el desarrollo de la fuerza de trabajo local, constituyen los componentes con más fuerza en la feria de la Tierra a tu Mesa, sumado a una democracia interna entre sus participantes, técnicos/as y productores/as, a la hora de tomar decisiones. Así, son claros los principios de la economía social y la soberanía alimentaria existentes en las experiencias que promueve el cfpa n°2, ya que tanto el Manduca como el Circuito de Agroalimentos, refuerzan y complementan de manera eficiente al espacio ferial, retroalimentándose entre sí.

Figura 29

Flyer promocional Manduca edición primavera 2019



Nota. Flyer promocional Manduca edición primavera 2019, 2019, <https://www.puestochaniar.com/manduca-primavera-19>

En este sentido, es notable la existencia de un componente turístico - recreativo de gran valor en dicho espacio; si bien se trata de una iniciativa educativa, se busca promover a través de ello una propuesta que resulte de interés para los y las visitantes de la región. La oferta de productos agroecológicos y locales, como así también producidos por agricultores/as de la localidad, le añaden a esta experiencia un valor agregado de importancia; tanto así, que se constituyen en los principios de autenticidad de este espacio. Los y las visitantes, más conscientes de la alimentación y de la cadena de elaboración de los alimentos, buscan propuestas de estas características, en las que incluso puedan ellos/as mismas/as ser partícipes activos en la obtención de estos productos.

Figura 30

Cocina en vivo y espectáculo musical en Festival Manduca



Nota. *Cocina en vivo y espectáculo musical en Festival Manduca, s/a,*
<https://www.puestochaniar.com/feria-de-la-tierra-a-tu-mesa>

Por último, el intercambio de conocimiento entre feriante/productor-a y visitante es fundamental; ya que es a partir del mismo que se fortalece el vínculo entre ellos/as como así también, un mejor conocimiento respecto de los productos que se comercializan, a través del intercambio de información sobre la cadena de elaboración del producto, las alternativas de aprovechamiento del mismo o las especificaciones sobre posibles usos de algunos alimentos. Esto sin duda, constituye también un agregado de valor que es posible en propuestas como las mencionadas, al no existir intermediarios entre producción y consumo, y, por ende, al contacto estrecho entre productor/a y visitante.

5.2.3 Cuando “lo humano” marca la diferencia: Alternativas de comercialización y otras formas de intercambio

A modo de síntesis se puede dar cuenta que ambas experiencias constituyen mercados alternativos que, teniendo en cuenta los principios de la economía social, promueven otra economía; una economía que escapa a la lógica del sistema capitalista imperante y, por ende, resulta ser menos competitiva, más solidaria y más consciente con el medio ambiente y la producción de alimentos.

En este sentido, es dable destacar que, por un lado, detrás de cada una de estas iniciativas existe un entramado social que da fuerza, construye y sostiene cada uno de estos espacios, lo que nos permite pensar que es posible un mercado que reconstruya lazos sociales e integre lo que el sistema económico imperante pretende excluir. Los sujetos sociales que están detrás de lo que es hoy la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” son un claro ejemplo de ello, la fuerza colectiva y el trabajo asociativo generan mejores sinergias y fortalecen entramados de comercialización local que permiten generar trabajo genuino y digno; en el caso de la feria de la Tierra a tu Mesa (y las propuestas que la acompañan) es de relevancia destacar, que si bien es una propuesta educativa y dependiente del estado, quienes se encargan de coordinar la institución buscan crear un espacio de iguales en donde técnicos, estudiantes y productores de la zona trabajen de manera asociada a fin de generar iniciativas que contribuyan a una mejor calidad educativa, un mayor reconocimiento de la producción local y un posicionamiento del agro en la región.

Por otra parte, también en ambas experiencias, los y las feriantes participantes forman parte de un espacio en donde poder exponer su trabajo y en donde, además, a partir del encuentro con el visitante, se dé a conocer el esfuerzo, el trabajo y la calidad de lo que producen, produciéndose así un reconocimiento que entabla mejores relaciones de intercambio. Al mismo tiempo, esto es un aspecto que también podría considerarse de interés para el visitante, en tanto se facilita el conocimiento real de la producción y elaboración de los alimentos y productos que se obtienen. El reconocimiento de los productos elaborados a escala local contribuye a la identidad local y al mismo tiempo a la calidad de vida de los y las productores/as de forma sostenible.

5.3 Re-pensando la actividad turística:

5.3.1 La “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” y la “Feria de la Tierra a Tu Mesa” como atractivos turísticos

La actividad turística puede ser considerada un instrumento para el desarrollo económico y social, que contribuye a responder necesidades de las poblaciones, localidades y territorios tomando como eje articulador la gestión integral y la visión comunitaria del territorio y comunidades participantes. En la actualidad, el turismo pasó de un modelo económico rígido a un modelo más flexible, que permite nuevos planteamientos en la manera de organizar y planificar la actividad, visualizando desde otra perspectiva incluso al propio “turista”. En este nuevo paradigma, emergen entonces nuevas propuestas que escapan a la forma tradicional de “hacer turismo” y las ferias podrían constituir una de ellas. Como se hizo mención en apartados anteriores, las ferias de productores/as son resultado de la relación social, comercial y cultural que se establece entre productores y visitantes, por lo que son consideradas un producto social; y al mismo tiempo, un atractivo en las localidades donde se emplazan ya que constituyen espacios de ocio y recreación para el visitante.

Asimismo, estos espacios representan una actividad revitalizadora de la economía local en tanto contribuyen a la generación de empleo calificado, la preservación del patrimonio rural intangible, la no contaminación y la preservación del medio ambiente; además de concientizar sobre la importancia del medio rural y la producción natural, a través de la vivencia de ese modo de vida tan particular (Ituarte, E 2015).

Las ferias de productores/as tomadas en consideración, favorecen el impulso de nuevas dinámicas económicas que resultan beneficiosas para las comunidades locales, principalmente para los y las pequeños/as productores/as del sector. La feria de la Tierra a Tu Mesa en complemento con el festival gastronómico Manduca y el circuito agroturístico allí presente, contribuyen de manera significativa al reconocimiento de lo que el espacio ofrece, ya sea de lo que producen, como lo producen hasta como es su forma de organización y gestión del lugar; todo ello gracias al intercambio que existe entre sus participantes; así lo menciona uno/a de los/as entrevistados/as:

“Permite que se visibilice la actividad del productor, del emprendedor, local regional; conocer otras cosas que van más allá de los productos, que tienen que ver con sus costumbres, sus

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

actividades, el intercambio de conocimiento el visitante es una persona que tiene conocimiento e intercambia en el momento, eso también nos han dicho mucho los emprendedores, que al intercambiar, al ponerse a charlar con un comprador en una feria han aprendido, han tenido intercambio (...) el turismo para el agro implica varias cosas; desde lo comercial hasta el intercambio de conocimiento, la valoración de lo que hacen; la certificación no tan formal, que lo que está haciendo es un proceso natural, cuidado” (Entrevistados/as grupo 1).

Tal es así, que el turismo en este espacio constituye una herramienta propicia para sus protagonistas, en tanto favorece conocer y vivenciar costumbres y aspectos de la vida de campo disfrutando del entorno natural como así también la posibilidad de realizar múltiples actividades turísticas y rurales (Rodríguez et al, 2019). En el caso de la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta”, sus participantes (productores y productoras locales) son conscientes del potencial turístico que tiene el lugar, afirmando que la feria podría ser considerada un atractivo turístico en la zona; y al mismo tiempo, teniendo en consideración la importancia de integrar la actividad turística para esta propuesta:

“(…) De modo más visible se podría decir que estas ferias son esto, como instancias de comercialización, de una forma de visibilizar la comercialización de estos productores, que son productores pequeños de la agricultura familiar y bueno esto vinculado al turismo desde otro lugar también las ferias fortalecen la integración de los productores y artesanos, hay muchos artesanos en esta zona, y bueno así fortalecer sus emprendimientos. También brindan espacios de intercambio y creación de saberes, y dar continuidad al espacio cooperativo” (Entrevistados/as grupo 1).

Figura 31
Sábado de feria – China Muerta

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. *Sábado de feria*, 2021, Elaboración propia.

Lo mencionado por el/la entrevistado/a permite dar cuenta de una experiencia que engloba un espacio de intercambio y de visibilización de sus productos, lo que condice con lo que los autores De Rojas y Camarero (2008) (como se citó en Rivera, M s/a) exponen acerca del potencial de experiencias de estas características para el visitante, en tanto estos buscan cada vez más una experiencia total que incluya ocio, cultura, educación e interacción social; manifestando un claro interés por aprender, interpretar y conocer mejor el entorno al que visita (Mateos, M 2015). Como lo mencionan algunos/as entrevistados/as sobre la Feria de la Tierra a tu Mesa, promover el turismo en este espacio contribuye a visibilizar el mismo e incluso lo que ofrece la propia localidad:

“Acompañan (turismo) a difundir lo nuestro y también para que la gente se involucre y conozca lo nuestro” (Entrevistados/as grupo 2). “(...) Contribuye también al crecimiento cultural de una localidad porque enriquece que la gente se acerque y sepa que es lo que esa localidad puede ofrecer” (Entrevistados/as grupo 2).

Frente a estas dinámicas, estos espacios comerciales alternativos, contribuyen también a las prácticas de conocimiento para lograr la transparencia hacia los consumidores, mediante medidas que garantizan la calidad, la procedencia y la trazabilidad de prácticas de producción (Goodman (2014)

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

(como se citó en Leal, M 2015)). En este caso, el contacto directo con los/as productores/as y las visitas por el circuito de producción de alimentos en la “Feria de la Tierra a tu Mesa”, facilitan dicha transparencia.

Así, como se mencionó anteriormente, las ferias constituyen un espacio de esparcimiento y al mismo tiempo resultan en una experiencia de índole vivencial, en donde existe un componente valorativo intangible más allá del intercambio comercial y la obtención de productos. Esto se complementa, con lo que menciona el autor Rivera, M (s/a), acerca de que el turista busca experiencias que le permitan evadirse, descubrir, disfrutar y conectar con la gente del lugar y con sus costumbres; antes que comprar paquetes turísticos, se busca comprar historias para vivir y para contar. Así lo expresa un/a participante de la feria de China Muerta:

“(...) está tomada esta feria como parte de un circuito turístico digamos; porque viste que cuando la gente anda de turismo, las ferias es como que siempre es el atractivo, no solo porque vos vas y compras cosas sino porque conoces el espacio, conoces a la gente que habita ese espacio; que eso en las ferias, uno como turista, puede conocer las historias, acá por ejemplo hay gente que entra a la feria y no sabe que a 300 metros más hay un río” (Entrevistados/as grupo 2) “(...) después que se puede llevar un producto casero de la zona, poder charlar con cada feriante, que eso no se da en muchos lugares, charlar un rato con cada feriante te puede contar algo de la producción, de donde vive y eso a la gente le gusta”(Entrevistados/as grupo 2).

En esta dinámica existente entre visitante y productor, aparece entonces un componente de reconocimiento hacia la producción agrícola, lo que contribuye de forma significativa a su fortalecimiento en el escenario local. Esto pone en evidencia, el rol que la actividad turística cumple en estos espacios y la alternativa que constituye para productores/as en la agricultura familiar. Así lo destacan algunos/as de los/as entrevistados/as de la feria del cfpa n°2:

“(...) la certificación es la confianza del consumidor, esa es la mejor certificación. Entonces hasta en ese aspecto el hecho de que el visitante pueda conocer el proceso de cultivo garantiza y da confianza de que el proceso productivo es natural, asique también tiene un efecto sobre eso. Sin dudas, el turismo fortalece al agricultor, al emprendedor, a las actividades del agro sin duda. Fortalece muchísimo” (Entrevistados/as grupo 1). “(...) y bueno por experiencias también que uno

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

va conociendo que el turismo y la producción tienen un vínculo que se potencian y por experiencia de otros lugares, uno ve que el agroturismo es una alternativa para el productor” (Entrevistados/as grupo 1). “Entonces justamente las actividades de agroturismo las enmarcamos dentro de la agricultura familiar porque creemos que el agroturismo es un recurso para el agricultor familiar” (Entrevistados/as grupo 1).

Figura 32

Cocina en vivo Festival Manduca



Nota. *Cocina en vivo Festival Manduca*. s/a, <https://www.puestochaniar.com/feria-de-la-tierra-a-tu-mesa>

Lo mencionado anteriormente por los/las entrevistados/as, permite dar cuenta de la presencia de un claro componente cultural en esta experiencia; ya que detrás del intercambio comercial, subyacen una serie de cuestiones vinculadas al disfrute y el re-conocimiento de aspectos que hacen a la producción local y artesanal; y no solo eso, sino que además se invita a conocer el entorno natural local y cercano redescubriendo nuevos escenarios para el disfrute del tiempo libre.

Por otra parte, el desarrollo de un turismo local o de cercanía, que, si bien será desarrollado con mayor profundidad en próximos apartados, fomentaría un mayor conocimiento del área de influencia como así también, un incremento de visitantes al espacio ferial. Algunos/as de los participantes de la feria de China Muerta, consideran positivo el complementar la actividad ferial con la actividad turística, en tanto el visitante busca nuevas experiencias que escapan a su rutina diaria:

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“(…) creo que todo lo que es el turismo es lo que uno aspira conocer, lo que uno quiere ir a experimentar y este es un espacio para venir a experimentar, te lo dice la gente también cuando viene, asique sí (sobre si el turismo es un complemento válido en la feria)” (Entrevistados/as grupo 2). “(…) el turismo le va a dar mucha importancia a este tipo de ferias, ya lo estamos notando” (Entrevistados/as grupo 2).

A modo de síntesis, se puede dar cuenta entonces, de la vinculación que existe entre estos espacios y la actividad turística, ya que esta última constituye para los/as productores/as participantes de las propuestas allí presentes, un medio para la visibilización de su labor como así también de sus productos. Y sumado a ello, el visitante reconoce a estas propuestas como experiencias de un gran valor cultural y recreacional. Es fundamental continuar consolidando el vínculo entre ambas actividades, para así fortalecer toda la cadena de producción (el/la productor/a, emprendedor, las actividades del agro) y fomentar una experiencia turística de gran importancia en la región. Para ello, teniendo en cuenta que el eje de estas experiencias resulta del trabajo colaborativo y asociativo entre los sujetos sociales participantes, se considera pertinente e interesante gestionar actividades, desde el punto de vista turístico, que sean desde formas organizativas de trabajo basadas en la confianza y reciprocidad de los individuos, y constituidas desde propuestas descentralizadoras.

5.3.2 Proyectos de interés turístico: Circuito agroturístico y su vinculación institucional

Es importante destacar que, en diferentes ocasiones, la ***“feria de Productores y Artesanos China Muerta”*** formó parte de algunos proyectos de vinculación con la actividad turística. Uno de ellos lo constituyó el proyecto denominado ***“Circuito agroturístico de ferias y establecimientos productivos-Corredor China Muerta-Plottier”***, el cual fue presentado en el año 2017 en la convocatoria federal para la asignación de aportes no reembolsables destinados a financiar iniciativas de Apoyo al Sector Turismo (Asetur) del Consejo Federal de Ciencia y Tecnología (Cofecyt). Lo impulsaron un grupo de productores y artesanos de la región, junto al Centro de Formación Profesional Agropecuaria N°1 de Plottier y la Delegación Centenario del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA); además contó con el respaldo y asesoramiento institucional de la Secretaría de Planificación y Acción para el Desarrollo-COPADE y la participación del Ente de Desarrollo Económico de Plottier y el área municipal de Turismo, en conjunto con el Ministerio de Producción e Industria de la Provincia (Gobierno de la Provincia de

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Neuquén, Neuquén Informa, 2018). Al respecto de este proyecto, uno/a de los/as entrevistados/as manifestó que el mismo se impulsó con el objetivo de:

“(...) Fortalecer el vínculo con visitantes a las ferias y a los establecimientos productivos, ahí participaron en ese momento mucho los frutilleros que se le llaman, los productores medianos de frutas finas, que decían que el vínculo con el turismo era importante, entonces se requería como algún acompañamiento para fortalecer la pata turística de la producción (...)” (Sobre proyecto de circuito agroturístico) (Entrevistados/as grupo 1).

Dicho proyecto consistía entonces, en la creación de un corredor agroturístico de ferias y establecimientos productivos sobre la ruta nacional Nº22, desde el paraje China Muerta y hasta la ciudad de Plottier; y estaba formado por tres etapas, las cuales incluían desde talleres de sensibilización y capacitación para los y las productores/as y elaboradores/as, la incorporación de tecnología para la sala de elaboración, la infraestructura y cartelera en el sector, hasta el diseño de la imagen e identidad compartida del circuito para la elaboración de folletería y el desarrollo de una página web (Gobierno de la Provincia de Neuquén, Neuquén Informa, 2018). En lo que respecta a lo que implicó presentar este proyecto de interés turístico para sus participantes, uno/a de los/as entrevistados/as manifestó

(...) uno siempre confirma con esta lógica de proyecto (el proyecto de circuito agroturístico) es que nos sirvió para integrar la propuesta, desarrollarla técnicamente, aclarar los objetivos que buscamos y demás en las instituciones con los productores y nos sirvió como para difundir para poner en evidencia que el sector de productores sigue presente en esta zona, (...) este proyecto no es tan relevante por el financiamiento que se recibe, sino por todo lo que se genera alrededor; y en realidad, el proyecto termina siendo una excusa como para visibilizar, articular entre las instituciones y como te decía no hicimos nada nuevo sino que pusimos en papel ya la dinámica de como venían trabajando estas ferias, a través de un espacio bastante compartido e integrado de ferias que son visitadas por un conjunto de personas semanalmente” (Entrevistados/as grupo 1).

Tal es así que, en función de lo mencionado anteriormente, se destaca la implicancia que tiene llevar adelante una propuesta de interés turístico tanto desde el apoyo técnico e institucional de

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

diversos organismos involucrados como así también, para los productores/as participantes, en tanto se propone visibilizar este sector y difundir su actividad; al mismo tiempo que se afianza el vínculo entre ellos/as y se establecen criterios más fuertes de hasta dónde y cómo, integrar y complementar la actividad turística a su labor diaria. Entrevistado/a de la feria de China Muerta mencionaba

“(...) yo creo que el día que se tome bien (la actividad turística), mucho mejor de lo que hemos nosotros aspirado a hacerlo con ale y con otra gente, se va a potenciar mucho más el paraje no solo la feria. Me parece que como te digo, la aspiración común que circula en otras personas acá es que si, que se potencie que se dé a conocer, que se trabaje, pero también que se puedan manejar esos criterios de cómo” (Entrevistados/as grupo 1).

Por otra parte, la “Feria de Productores y Elaboradores de China Muerta”, representa para personal del Ente de Desarrollo Económico de la localidad de Plottier, una propuesta turística de importancia en la zona; en tanto se configura como un atractivo para el visitante, pero al mismo tiempo que contribuye a la economía de los y las productores/as participantes:

Entonces la idea de promover la feria es para eso, que algunas personas tengan opciones para consumir en el lugar y que sea un atractivo turístico más; y los vecinos del lugar puedan tener un ingreso a través del turismo y los consumos que los turistas hacen, turistas que son de Neuquén y otras ciudades cercanas que van a pasar el día nada más” (Entrevistados/as grupo 3).

En este sentido, antes de la pandemia, el Municipio de Plottier a través de la Secretaria de Turismo de la localidad, había implementado un circuito agroturístico que incluía la visita a diversos establecimientos rurales, en los cuales se comercializaban productos artesanales elaborados por productores y productoras de estos sitios. Así lo comentaba personal del Ente de Desarrollo Económico de Plottier (edep):

“(...) teníamos colectivos municipales, que hacían un circuito agroturístico; la gente venía hasta el centro, se subía a los colectivos y recorría distintos establecimientos (...) íbamos a establecimientos que estaban preparados para atender a estos turistas y que vendían distintos tipos de productos y la gente compraba; así que realmente el resultado era bueno. Pero bueno tiene un costo por parte del municipio, el colectivo, el combustible, los choferes... el recorrido era

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

gratuito y por lo general se llenaba el cupo y por lo general iban llenos, había gente que tenía que esperar otra salida o la semana siguiente, cosas así” (Entrevistados/as grupo 3).

Lo mencionado con anterioridad, nos habla por un lado del interés que existe por parte de la comunidad en propuestas que impliquen el conocimiento de la zona de chacras en dicha localidad como así también, el interés por adquirir productos frescos y elaborados en la localidad. Asimismo, que esto sea acompañado por el municipio local es fundamental, ya que fomenta aún más el movimiento de personas a sitios de interés de cercanía, impulsando un mayor interés por lo local. Esta es una visión compartida también por uno/a de los/las feriantes participantes de la feria de China Muerta, que atribuye a la ruralidad la atractividad turística, en este caso, de la feria:

“(…) si si, (respecto de si el turismo es un complemento válido en la feria) totalmente porque primeramente por el encuadre que tiene, esto de estar en una chacra porque el espacio en el que está es una chacra, le da un contexto en el que esto del turismo rural que se está hablando tanto ahora (...) y el hecho de estar en una chacra y demás lo hace en si ya un atractivo turístico” (Entrevistados/as grupo 2).

De esta forma, la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” se constituye como un espacio de gran valor para el desarrollo de la actividad turística, así lo destacan sus participantes e incluso personal del municipio; lo que da cuenta del potencial de este espacios para la recreación, y no solo eso, sino también y como se mencionó en varias ocasiones, para la visibilización de la cultura rural, a través de un contacto directo con productores/as y/o emprendedores/as locales que valoran y promueven la producción local y artesanal.

Por otra parte, en el caso de la ***Feria de la Tierra a Tu Mesa, el Manduca y el circuito Agroturístico*** y en consonancia con el interés y la perspectiva que se tiene en torno al turismo por parte de las personas que los llevan adelante, es que es de destacar los proyectos que se buscan implementar vinculados a dicha actividad. En primer lugar, es importante mencionar que al tratarse de propuestas que nacen de un centro de formación profesional, cada uno de estas ideas se buscan implementar desde el “aula”, promoviendo espacios de capacitación que instalen la idea de vincular la tarea de

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

los/as productores/as con la actividad turística, por medio de un acompañamiento técnico permanente:

(...) bueno vamos más o menos siguiendo la línea de la producción agroecológica de la producción familiar y dentro de esas variables vamos sumando productores y espacios que en algún momento podremos organizar y presentar; también con la idea de generar un ámbito de capacitación para el agroturismo, para que haya gente que haga el acompañamiento; así como tenemos alumnos que producen agroalimentos, que el producto de la capacitación sea justamente esa guía turística dentro del ámbito de los agroalimentos” (Entrevistados/as grupo 1).

Asimismo, antes de la pandemia, la actividad turística también tenía lugar en dicho espacio, al existir un interés por conocer el proceso productivo de los alimentos, principalmente por el segmento educativo, y siendo esto complementado con gastronomía y visitas guiadas por el lugar; además es de destacar la apertura hacia estas actividades, por parte del personal técnico y los/as productores/as que forman parte del centro de formación:

“(...) nosotros más allá del manduca, cuando estaba todo funcionando y no estaba esta pandemia, recibíamos contingentes de estudiantes, gente de turismo y se les hacía todo un recorrido por el puesto, por las huertas mostrándole todo, también involucraba la parte de granja, y después también se les servía algo para que consuman, se les preparaba una comida en especial. (...) este año no está por esta situación; pero la escuela siempre está abierta puertas abiertas para la comunidad, a la participación, te invita a que conozcan el lugar, y bueno los feriantes, los huerteros crianceros, acompañamos ese desarrollo” (Entrevistados/as grupo 2).

En este sentido, cuando la/el entrevistado/a hace referencia a la preparación de gastronomía para los/as visitantes, se produce lo que el autor Flavián, C, (2014) habla acerca de una relación indirecta cuando el turista se desplaza por motivos generales, en este caso conocer la granja y las huertas, pero cuando busca gastronomía desea productos autóctonos; así, el desarrollo de comida elaborada con productos locales, es de gran relevancia para el desarrollo de los productos agroalimentarios y permite enfatizar la autenticidad en la relación entre turista y destino; en este caso entre turista/visitante y el cfpa n°2.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

En la actualidad, técnicos/as del cfpa n°2 están trabajando en un proyecto de interés turístico a escala regional, que abarca las localidades de Centenario - Vista Alegre, promoviendo visitas a diversos establecimientos productivos; formando un circuito interpretativo y promoviendo el contacto directo con los y las productores/as de la zona a través de su producción:

“(…) relacionado así al turismo en realidad estamos trabajando en un proyecto para ampliar el trabajo que nosotros hacemos, esto de las visitas al puesto, ampliarlo con visitas a otros establecimientos, a espacios ya más productivos directamente, que tengan alguna particularidad y obviamente, sobre todo, que la gente, los propietarios, los productores estén dispuestos a recibir gente (...) ahí venimos trabajando en este proyecto que la idea es sumar a centenario y vista alegre como dos municipios más, donde hay mucha producción, donde está concentrado... Y bueno la idea es justamente desarrollarlo con visitas a productores” (Entrevistados/as grupo 1).

La puesta en marcha de este proyecto, como lo menciona uno/a de los/as entrevistados/as, busca ser una alternativa incluso para el contexto actual de pandemia, estableciendo protocolos al momento de las visitas y ser además una alternativa para aquellos turistas que estén de paso por la localidad, ya que como se mencionó anteriormente y lo menciona a continuación uno/a de sus protagonistas, se busca crear una ruta con diversos establecimientos productivos:

“Inclusive si podemos de algún modo empezar a formalizar este circuito de productores de Centenario y Vista Alegre, para hacer una ruta; invitar al visitante a visitar y a comprar y a poner el contacto directo con el productor, el consumidor, etcétera. Me parece que esas son las formas, porque la visita a la chacra con protocolo es una alternativa, de hecho, hay algunos que ya reciben gente así de forma espontánea también y bueno una familia se puede movilizar en un vehículo tranquilamente y puede visitar dos o tres emprendimientos en un día y comprar los productos” (Entrevistados/as grupo 1).

Es importante destacar, que para llevar adelante dicho proyecto se está trabajando de manera coordinada con los municipios de cada una de estas localidades, con la facultad de turismo en cuanto a asistencia técnica y por supuesto con cada uno/a de los y las productores/as interesados/as en formar parte de esta propuesta. A través del mismo, se busca fortalecer la actividad agroalimentaria

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

en espacios rurales y urbanos de Centenario y Vista Alegre a partir del vínculo con el turismo rural y comunitario.

Proyectos como el mencionado, constituyen beneficios de relevancia para el/la productor/a, en tanto este mantiene el contacto directo con el visitante y comunica más directamente a los consumidores sobre su realidad productiva, social y ambiental, fomentando los principios agroecológicos (Fantini, A et al 2018). En esta perspectiva, el producto alimenticio sería considerado algo más allá de su componente material, incorporando componentes inmateriales, que son cada vez más buscados por los consumidores, como la información, la reputación y la relación (Fantini, A et al 2018).

Así, como menciona los autores Fantini, A et al (2018) la relación directa entre productores y consumidores se considera de importancia, tanto desde el punto de vista económico, en tanto la venta directa a los consumidores incrementa el valor agregado de los productos de los establecimientos y los ingresos de los agricultores familiares; como así también desde el punto de vista social, ya que la base de la relación de confianza entre productores y consumidores no necesitaría estar mediada por la certificación, porque el contacto directo permite un mejor intercambio y conocimiento de lo que se produce y como se produce.

5.3.3 Turismo y ferias como potencializadores del territorio rural

En función de lo mencionado en apartados anteriores, se puede dar cuenta que el turismo en estos espacios, “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” y “Feria de la Tierra a tu Mesa”, constituye un medio de importancia para la visibilización y el fortalecimiento de los mismos, al involucrar prácticas y componentes de índole vivencial y comunitario, que, según sus protagonistas, funcionan como atractores para el público que las visita. Asimismo, se puede dar cuenta de que se trata de un producto turístico innovador, en tanto se busca fomentar en estos espacios el consumo de productos locales y orgánicos, mediante un intercambio directo con quienes producen estos productos. Así lo comenta personal del Ministerio de Turismo de la Provincia, cuando refiere a los inicios del trabajo con ferias de productores/as:

“yo venía con ganas te decía de trabajar el producto con otra mirada que saliera del producto turístico tradicional que se había experimentado siempre, que era ir a la chacra, recolectar la

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

pera y la manzana, o al menos eso era lo que se vendía, al menos la imagen, y bueno ahí es donde yo digo hoy por hoy ¿qué es el agro en nuestra región? Y el agro eran las ferias también, o sea era todo lo rural-urbano todo lo que estaba pasando en las ciudades” (Entrevistados/as grupo 3). Entonces bueno (...) se trabajó mucho en tratar de insistir de que turismo era más que la chacra, que ese producto había cambiado también, que había que tenerlo en cuenta, pero había también que incorporar otras visiones. (...) casi todas las ferias que podían tener una mirada turística” (Entrevistados/as grupo 3).

En este sentido, es importante destacar que en los términos teóricos propios de la actividad, se puede hablar de la presencia de una modalidad de turismo basada en el turismo rural; en tanto se toma como componente clave de lo que se ofrece a la cultura rural; ofreciendo al visitante mediante estas propuestas, un contacto personalizado, la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, la participación en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local (Román,M; Ciccolella,M 2009). En este sentido, en el caso particular de la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta”, según lo expresa personal del Ministerio de Turismo de la Provincia, este es un espacio propicio no solo para el disfrute del entorno físico de esta zona, sino también como un espacio de encuentro cultural y de descubrimiento de nuevos productos de cercanía:

“Entonces digo (...) hay que salir de la comoditización digamos los commodities de productos y de espacios; y yo creo que la feria aporta esa diferencia, ese valor agregado cultural. Te permite conocer, no sé, un tipo como el chino que está atrás de la feria de China Muerta y que es súper atractiva su forma de ser, de andar por la vida, de generar dinámicas. Y lo que tiene china muerta también es esta ruralidad, como que es un espacio que conserva ese carácter con las alamedas, la cercanía al río, ese camino que te saca de la ruta para entrar a ese lugar... es una experiencia memorable. Me acuerdo de haber ido para fin de año y haber estado disfrutando de eventos musicales, conocer artistas locales que de otra manera ni los tenes registrados” (Entrevistados/as grupo 3).

Asimismo, en esta lógica y como mencionan los autores Nogar y Capristo (2010) (como se citó en Rodríguez et al 2019), el turismo rural se expresa “cuando involucra la participación activa de la

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

población rural, genera empleo genuino para la comunidad local e induce transformaciones territoriales tangibles, entre otros aspectos” (p.113). En el caso de las ferias tomadas en consideración, como se mencionó en apartados anteriores, estas funcionan bajo una lógica en la que se busca disminuir la brecha entre quien produce alimentos y el consumidor, por ende, la socialización en estos espacios como así también la participación de los y las productores/as en esta dinámica son aspectos que se destacan. Como menciona personal del Ministerio de Turismo de la Provincia:

“las ferias se consolidan como espacios de encuentro y socialización y comercialización, una cosa así” (Entrevistados/as grupo 3) “Bueno, la feria; entonces por un lado está todo esto de la necesidad por lo sano, que hay un montón de gente que lo está necesitando, y por otro lado, yo creo que la feria te permite conocer al otro cultural, a gente como muy interesante que está detrás de esos proyectos, entonces no es solamente de que yo voy a comprar un aceite de oliva externo, voy a descubrir en realidad, que en Rincón de los Sauces que es un lugar que ni conozco, hay un establecimiento que se llama María Antonieta, con dos pibas que están haciendo digamos aceite de oliva; entonces, algo que yo no lo tenía ni registrado” (Entrevistados/as grupo 3).

Tal es así que en esta forma de hacer turismo y tomando como referencia al turismo rural en estos espacios, se puede dar cuenta que el mismo como menciona el autor Ituarte, E (2015) comprende dos vertientes, para el productor se configura en una fuente complementaria de ingresos del establecimiento rural y propende al anclaje de los modos de vida y las tradiciones culturales del entorno agropecuario; mientras que para el turista, representa la posibilidad de acceder a un compendio de conocimiento cultural que desconoce o con el cual busca reencontrarse.

Es importante destacar, que, desde el Ministerio de Turismo de la Provincia, propuestas como las mencionadas son trabajadas como una modalidad turística que se integran en el denominada turismo rural pero dentro del mismo, se trabajan bajo el concepto de agroturismo. Así, se reafirma lo mencionado en el marco teórico, en tanto que estos espacios no pueden ser abordados desde la mirada del turismo rural o el agroturismo de forma excluyente, sino que cada una de estas propuestas poseen componentes de ambas corrientes conceptuales.

En este sentido, el agroturismo tal y como lo mencionan los autores Sayadi, S y Calatrava, J (2001) contribuye a la revalorización de los productos locales, ya que la mayoría de los aficionados al mismo

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

demandan productos agrarios naturales o fabricados de forma artesanal, típicos de la región. Además, en esta búsqueda por productos elaborados en la escala local se reafirma con un interés por el involucramiento cultural en estos espacios; en la Feria de la Tierra a Tu Mesa, un aspecto que se destaca en este sentido, es el hecho de que los y las visitantes en diversas ocasiones participan en la recolección de los alimentos que después ellos/as mismos/as se llevan a sus hogares, por lo que la experiencia desde este punto de vista vivencial permite un mejor involucramiento en estos espacios. Esta forma de involucramiento es, desde el punto de vista del personal de Ministerio de Turismo, un aspecto que hace a estos espacios de relevancia para incluirlos en la oferta turística de la región:

“Ahí desde mi punto de vista, (...) creo que es súper valioso poder incluir la feria en la oferta turística (...) es una de las cosas que el turista más busca, esa identidad del local, que sabe que en el mercado va y consigue productos, comida, ropa, tejidos, artesanías, entonces es parte del acervo cultural del lugar; y acá inevitablemente en algún momento histórico, los productores se fueron juntando en eventos (...) el truco fue una cuestión que en Neuquén siempre se quiso valorizar, desde la población misma, y yo lo veo por ahí desde el valor del que viene de otros lugares a involucrarse en la cultura local, es una de las experiencias que más busca; y las ferias son parte de esa experiencia cultural que suma a la producción local (...)”(Entrevistados/as grupo 3).

El Agroturismo aparece entonces como una variante vinculada a la modalidad de Turismo de Naturaleza, y busca la satisfacción de ciertos segmentos del mercado turístico interesado en el conocimiento de la cultura rural y del campo; además, promueve nuevas formas de convivencia en los contextos regionales del turismo al mantener prácticas agrarias ambientalmente sostenibles (Rodríguez, G 2019). Con respecto a esto último, existe una visión compartida entre los/as entrevistados/as que forman parte de los diferentes organismos públicos vinculados al turismo, al mencionar que el visitante consciente del consumo de alimentos saludables, encuentra en estos espacios otras alternativas a la producción y la elaboración de alimentos, mucho más sustentables y sanas no solo para la persona sino también para el medio ambiente:

“yo creo que es porque es parte de la experiencia, el compartir el espacio, el ver a la gente, poder conocer parte de la cultura local del lugar que se visita pero también esto de que el ciudadano está siendo más responsable, más exigente, entonces este tipo de espacios es donde se

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

encuentran con producciones más tendientes a la agroecología, a lo orgánico, a los modelos de producción más sustentables; el hecho de que haya una feria con productores, es reflejo de una cultura local que apuesta a este tipo de metodologías menos contaminantes, menos extractivistas, menos complejas para la sustentabilidad, entonces me parece que una de las cosas más importantes es esa tendencia de buscar lo que es orgánico y sustentable por una elección personal de cada vez más gente en la población. Entonces es el conjunto de la parte cultural y el reflejo que es acorde a los valores de quien lo visita que es busco algo más ambientalmente responsable” (Entrevistados/as grupo 3).

En este sentido, y según lo mencionaba el/la entrevistado/a anterior, el contacto directo con la naturaleza sitúa al visitante “en un plano de experimentación desde la observación de un ambiente natural nuevo y la vivencia sana de compartir con personal de intereses comunes que impliquen nuevos estilos de vida” (Rodríguez, G 2019 p.64). Así, el/la visitante se relaciona con la actividad socio productiva y al mismo tiempo, el/la productor/a encuentra una alternativa para lograr un beneficio y una relación estrecha entre su propia actividad agrícola y una modalidad turística que amplía el horizonte de su economía familiar y perpetúa sus prácticas agro-culturales (Rodríguez, G; 2019).

Por otra parte, y continuando con lo mencionando anteriormente, estos espacios feriales se constituyen como alternativas a las tradicionales formas de adquirir productos y alimentos, y al mismo tiempo son también espacios que promueven calidad en el proceso productivo de los alimentos, lo que se transforma en un valor a la hora de pensar los mismos como espacios de consumo y recreación. Así lo menciona personal de la secretaria de Deportes, Cultura y Turismo de la localidad de San Patricio del Chañar, al enfatizar en lo que busca el visitante al acercarse a estos espacios:

“(…) y la gente la verdad que busca (...) esto de las redes de comer más saludable, siempre se está tratando de que todo pedazo de tierra que se esté trabajando que sea lo más orgánico posible, y en esa variedad que tal vez a veces no encontramos en un súper, que si lo encontramos de manera más fresca, que no viene de un galpón de empaque donde estuvo en una cámara hace mucho tiempo sino que lo tenemos recién sacado, de hoy temprano o de ayer, recién sacado de la tierra y lo tenes ahí sobre la mesa para poder comprarlo; un producto que tiene un valor, ya de por sí, mucho mayor al ser totalmente fresco” (Entrevistados/as grupo 3).

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

En este sentido, es importante destacar que actualmente los consumidores desean lugares para interactuar con la naturaleza, la cultura y en donde no exista grandes masificaciones de visitantes (Mendéz, F y Cisneros, E 2017). El turismo rural o el agroturismo en estos espacios, constituye una actividad múltiple ya que además de ser recreativa, educativa, ambientalista y ecológica, también permite conocer estilos de vidas y su forma de trabajar la tierra y concientizando sobre los productos que se consumen. Esta es una visión compartida por uno/a de las personas entrevistados/as del Mintur:

“(…) una cosa así; y yo creo que las ferias te permiten eso, te permite no solamente comprar alimentos sanos que es una necesidad cada vez más evidente; a ver la gente se está muriendo cada vez más de cáncer, de problemáticas súper heavys, porque esto de barruti, no solamente las carnes están completamente alteradas sino también las verduras, entonces todo lo que sea agroecológico creo que hay una tendencia cada vez más fuerte de que sea posicionado”
(Entrevistados/as grupo 3).

Asimismo, entendiendo a estos espacios feriales como promotores de una conciencia ecológica y de ocio para el visitante, es que, desde los organismos públicos municipales de estas localidades, también se busca incentivar a esa forma de consumo, a través de prácticas vinculadas al cuidado del medio ambiente:

“Con las ferias queremos promocionar estas actividades de cuidar el ambiente, clasificar sus residuos, producir sus propios alimentos, hacer sus huertas, hacer actividades de compostaje y cada vez busca más conseguir productos locales y productos naturales, etc. Estamos viendo por ejemplo la producción de pollo de chacra, un aumento muy grande en los últimos meses, aumentan mucho de la mano del aumento del consumo (...) y así lo vemos en muchos productos, se buscan productos locales” **(Entrevistados/as grupo 3).**

A modo de síntesis, se puede decir que las ferias constituyen para el turismo en la zona, espacios innovadores que funcionan como nuevas alternativas de lo que tradicionalmente se conoce como el agro, en tanto la chacra se transforma como una unidad productiva central del producto y comienzan a visibilizarse otras formas de producción en el espacio. Así, las ferias revitalizan estos entornos y

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

promueven nuevas dinámicas de consumo, utilización del espacio y forma de adquirir productos. Según la opinión de personal del Mintur, las ferias son para el turismo y el agro en la zona:

“(…) para nosotros es importante tener una visión innovadora en todo lo que es el agroturismo. Que no dejar de considerar la chacra como unidad productiva central de este producto, pero bueno la chacra se ha visto atravesada por una serie de transformaciones que hoy nos hacen hablar de espacios ruraurbano digamos, siendo las ferias nuevas unidades que empiezan a aparecer hace rato ya, entre la ciudad y los entornos rurales, y bueno una de las ferias emblemáticas por las cuales también se empieza a incorporar a otras ferias fue la feria de China Muerta, que bueno tiene una identidad propia, muy clara, muy marcada y que tiene posibilidades de trabajarse turísticamente(…) Asíque bueno, la idea es esa, más que nada incorporar la feria como otro atractivo turístico más, y hacer hablar nuevos espacios dentro de lo que es la ruralidad” (Entrevistados/as grupo 3).

Así, bajo esta mirada y teniendo en cuenta las potencialidades que tienen los espacios feriales, es que, desde el MinTur y organismos públicos municipales, se busca potenciar cada una de estas cualidades y poder así fortalecer a muchos/as de los/las emprendedores/as que forman parte de estos espacios; lo que da cuenta de un interés turístico latente y la posibilidad de constituirlos como espacios turísticos importantes en la zona:

“Entonces la idea de promover la feria es para que algunas personas tengan opciones para consumir en el lugar y que sea un atractivo turístico más; y los vecinos del lugar puedan tener un ingreso a través del turismo y los consumos que los turistas hacen, turistas que son de Neuquén y otras ciudades cercanas que van a pasar el día nada más” (Entrevistados/as grupo 3). *“Y la feria tiene que aportarles esto no, un diferencial, un valor agregado al territorio” (Entrevistados/as grupo 3).* *“Entonces como decía mariana, que tengan para ofrecer gastronomía con productos locales, productos de origen local elaborados por productores de la zona, de dar espectáculos locales. Entonces esa mirada, eso es lo que queremos con estos espacios, estos lugares, generar eso (...) que sea siempre constituida con emprendedores de la localidad o de la zona, como para darle cierto valor” (Entrevistados/as grupo 3).*

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Se puede dar cuenta entonces de la importancia que tiene el turismo, para sectores como el agro, y en este sentido, el rol que tiene para las ferias mencionadas, ya que además de constituir un medio para la visibilización y el fortalecimiento, es una experiencia de interés para el visitante. El turismo en estos espacios es un complemento de las actividades principales y contribuye a la generación de una experiencia completa al visitante, ya que como mencionan De Rojas y Camarero (2008) (como citado en Rivera, M, 2014), este busca cada vez más una experiencia que incluya ocio, cultura, educación e interacción social y en este sentido, las ferias de productores/as involucran cada uno de estos aspectos. Por un lado, se trata de espacios de ocio y disfrute al sumar espectáculos y en algunas ocasiones talleres a su oferta; asimismo, se promueve la educación sobre prácticas sustentables y responsables en la elaboración de alimentos agrícolas para lo cual es fundamental la interacción con productores-as/feriantes participantes y, por último, se contribuye así a un mayor conocimiento respecto de la cultura y la forma de vida de poblaciones en ámbitos rurales.

Un proyecto gubernamental de importancia y de gran interés turístico en la zona es ***La Ruta de las Chacras Neuquinas***. Una propuesta del Ministerio de Turismo de la Provincia que integra, entre sus atractivos, a la Feria de China Muerta en la localidad de Plottier como a la de La Tierra a Tu Mesa en San Patricio del Chañar.

La misma consiste en un circuito turístico del que son parte diversos sitios de interés turístico en la región, localizados en diferentes localidades y organizados en torno a la producción agrícola allí se presente. Las localidades participantes, como se observa en la figura 30, son Rincón de los Sauces, Añelo, San Patricio del Chañar, Vista Alegre, Centenario, Neuquén, Plottier y Senillosa; de esta forma, se trabaja con los municipios de cada una de estas localidades articulando alianzas con los diferentes actores involucrados.

Figura 33

Mapa ruta de las Chacras Neuquinas

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?



Nota. Adaptado de *Mapa ruta de las Chacras Neuquinas*. 2021. Ministerio de Turismo de la Provincia de Neuquén.

Esta propuesta turística, constituye una forma de dar a conocer y contribuir al fortalecimiento de los emprendimientos dedicados al agro, promoviendo así el turismo rural y el agroturismo en la provincia. Además, como menciona el autor Coppin (2008), es importante destacar que un denominador común para el origen de la mayoría de las rutas alimentarias ha sido una situación previa de crisis económica que habría puesto en riesgo la actividad agrícola y la subsistencia de los trabajadores del campo. En este sentido, según lo mencionado por el MinTur, el turismo aparece como una herramienta para generar nuevas oportunidades de trabajo y mejorar la calidad de vida de los pobladores rurales; y en ese contexto es que también se enmarca la propuesta de creación de la Ruta de las Chacras Neuquinas.

En este sentido, el origen de esta ruta se remonta, según las/os entrevistadas/os del MinTur, al año 2017, por decisión política de la Ministra de Turismo; a partir de ello es que se comienza a trabajar en distinguir la producción vinculada al agro, la chacra y a tratarse como un producto diferente del vino. Para ello, se trabajó en conjunto a través de talleres con emprendedores/as locales, municipios, dando cuenta del grado de viabilidad de la ruta y llegando a la conclusión del gran interés que había en conformarla.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

“(…) la ruta de las chacras surge para darle valor y trascendencia a todo lo que es el desarrollo de las chacras, sobretudo en la provincia, el alto valle de río negro Neuquén, está integrado por las ciudades de mayor producción frutícola en todo el país: Neuquén – centenario- Plottier-Senillosa-SPC y algunas localidades que también las incluye la ruta de las chacras. (...) los chacareros que están todavía vigentes en la zona del alto valle, muchos de ellos tienen una historia muy rica para contar, entonces bueno, a partir de ese eje tematizador ellos vuelcan su interés y sus ganas de participar de esta propuesta, y bueno a partir de ahí es como se comienza a conformar” (Entrevistados/as grupo 3).

Tal es así, que es de destacar la importancia que tiene este proyecto de índole turístico para las ferias mencionadas, en tanto se las incluye a la oferta turística presente en la región y se busca mediante este circuito, fomentar las visitas a estos espacios. Por consiguiente, también con la creación de esta ruta, aparece la “chacra” como el eje central de las experiencias, dando visibilización a quienes trabajan allí y, por ende, a la diversidad productiva que existe en la región; y al mismo tiempo, se da cuenta de esa nueva ruralidad, refiriendo a la diversidad de actividades que hoy por hoy pueden desarrollarse en entornos rurales.

5.3.4 Nuevo escenario: ¿hacia un turismo rural de proximidad?

En el último tiempo, el mundo se ha visto afectado por la pandemia de covid 19; esto afectó a diversos sectores económicos a nivel global, siendo el turismo uno de los principales. Esto ya que producto del aislamiento social, preventivo y obligatorio, la movilidad de personas en todo el mundo se vio suspendida, debido a la clara correlación entre las dinámicas de la turistificación planetaria, que a su vez está estrechamente vinculada con las lógicas espaciales del capitalismo global, con los procesos de deslocalización y la propagación del virus (Cañada,E y Murray,I, 2020).

En el caso de Neuquén y la producción de alimentos, el impacto del aislamiento social preventivo y obligatorio para las familias productoras locales, fue de gran envergadura ya que muchas de ellas se vieron imposibilitadas a acceder a los predios donde tenían sus cultivos o trasladar las verduras y frutas a circuitos de venta alternativos a los formales (Tripin, M, Bonifacio, J y Rodríguez, D; 2020). Asimismo, otras familias no pudieron acceder a las plantas de producción de envasados localizados en dependencias estatales, como es el caso del CFPA n° 2 de San Patricio del Chañar, al no estar abiertos

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

durante este periodo; esto como mencionan los y las autores/as (Tripin, M, Bonifacio, J y Rodríguez, D; 2020) ocasionó la pérdida de algunas plantaciones de hortalizas, hongos y frutas.

Además, las tramitaciones de permisos de circulación fue otro aspecto limitante ya que no pudo ser resultado de forma inmediata debido a las “limitaciones generacionales (productores/as mayores de 65 años que no podían circular), la informalidad de los emprendimientos productivos y la escasa o nula accesibilidad a conectividad o a dispositivos tecnológicos” (Tripin, M, Bonifacio, J y Rodríguez, D; 2020, p.5).

En este arduo contexto y producto de las restricciones vigentes, las ferias también fueron un sector que se vio afectado, ya que pudieron reabrir al público luego de varios meses por no conseguir las habilitaciones correspondientes de los organismos competentes. Esto afectó fuertemente sus economías y muchos/as de estos/as productores se vieron obligados/as a buscar nuevas alternativas para comercializar sus productos, claro ejemplo de ello fue la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta”, cuyos participantes se organizaron en conjunto y realizaron canastas que comercializaban por medio de las redes sociales y acercaban a los domicilios de sus clientes. Así lo mencionan algunos/as entrevistados/as de las ferias tomadas en consideración:

“(…) nosotros en un principio también cuando cerró la feria ¿cómo seguimos? ¿Qué hacemos? Entonces bueno, todo era a través de teléfono, las reuniones y demás decisiones, todo a través de un grupo de WhatsApp que tenemos. Y bueno, ahí fue llevando a lo que llegamos a hacer las canastas de la feria con los productos salir a repartir, organizarnos de esa manera. Y la verdad es que fue una linda actividad porque se pudo sostener la feria de otra forma, digamos, pero pudimos estar ofreciendo nuestros productos (...) (Entrevistados/as grupo 2). “(...) justo hoy en el Facebook publicamos de nuevo (contacto de productores/as para acceder a productos), (...) porque ahora hay abundancia de productos de nuevo, entonces los productores venían vendiendo ellos por su cuenta, particulares, porque tampoco tenían mucho volumen (...). Entonces se volvió a difundir en el Facebook, los teléfonos, los horarios para que la gente pueda ir a comprar” (Entrevistados/as grupo 1).

Tal es así, que el turismo en toda esta dinámica, además de buscar alternativas que reviertan la crisis económica por la que atraviesan destinos y prestadores turísticos, debe además re adaptar

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

muchos de sus productos y servicios en función de los protocolos y las medidas de prevención vigentes, para los/as viajeros/as durante el contexto de pandemia. Así, se da lugar a nuevas formas de pensar y llevar a cabo la actividad, involucrando prácticas de consumo mucho más conscientes y responsables para con el medio ambiente. Esto también producto de toda una consciencia por parte de los/as viajeros/as en busca de experiencias al aire libre y que no impliquen grandes impactos ambientales; referente del MinTur destaca este aspecto, teniendo en cuenta además que no va a ser algo compartido por todas las personas:

“(…) la pandemia también nos permitió descubrir lugares de nuestro entorno inmediato que no teníamos vistos previamente, espacios rurales, (...) empieza a revalorizar la necesidad de tener un buen espacio natural como lo es la Isla Jordan, las plazas digamos empiezan a nutrir otra vez de presencia, de niños jugando y demás; (...) yo creo que vamos a salir renovados, cada vez más buscando esa naturaleza y conscientes de nuestro rol de conservación; pero hay otro gran grupo de la población que no la ve y no la va a ver nunca hasta que no le pasen cosas más trascendentes que los reconecte con ellos mismos, entonces esa gente va a seguir comprando por mercado libre, va a seguir viajando a cualquier destino independientemente huella de carbono que eso tenga” (Entrevistados/as grupo 3).

En este sentido, como se menciona en el informe realizado por la Organización de las Naciones Unidas (2020), con el objetivo de lograr esta sustentabilidad o practicas más responsables para con el medio, el sector turístico “debe impulsar las iniciativas para crear un nuevo modelo que promueva las alianzas, en el que las comunidades receptoras sean protagonistas del desarrollo, que promueva políticas de base empírica e inversiones y operaciones neutras en carbono” (p.5). Tal es así, que como menciona el autor Ortiz,H (2020) en esta nueva forma de pensar la actividad turística, el transporte será un aspecto que se deberá replantear debido a que las personas apuntarán al uso de formas de movilidad que impliquen el menor contacto posible; por tanto, se observa un eventual crecimiento de los destinos y formas de ocio, en los que el transporte no represente una amenaza a la salud y permita la movilidad autónoma por parte de los turistas.

Por consiguiente, el denominado turismo de proximidad tendrá un mayor protagonismo ya que será considerado una opción turística más consciente y con menos impactos negativos; siendo ello una oportunidad para los espacios rurales ya que serán los entornos en donde el visitante podrá

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

satisfacer estas necesidades de ocio recreativo, al localizarse próximos a las residencias y al ofrecer una oportunidad de reconexión con la tierra, de ser justos, de empatizar con el otro, de reaprender a alimentarse y a producir alimentos, de estar abierto a la otredad (Ortiz, H 2020). Así, como mencionan algunos/as de los/as entrevistados/as, en el caso particular de las ferias, estas se consideran espacios que promueven y van de la mano de esta lógica agroecológica y de proximidad para el visitante:

“(...) la feria es un atractivo más y este tema del turismo de cercanía nosotros lo observamos mucho en la feria; el público que va a la feria en el puesto del chañar es mayoritariamente de fuera del chañar. la gente que va a comprar e incluso a consumir en el lugar viene hasta de general roca, por ejemplo, Neuquén capital muchísimo, centenario, cipoletti... asique ya es, ya constituye digamos un espacio turístico en ese sentido” (Entrevistados/as grupo 1). *“(...) esto del turismo rural que se está hablando tanto ahora, que la gente busca salir de la ciudad que esta acá a menos de 30 km para poder ver un caballo una vaca o un pato en uno de estos pantanos o como se llaman o micro lagunitas que uno pasa y ve patos, cisnes; entonces el contexto hace que sí, que la feria sea un atractivo para el turismo” (Entrevistados/as grupo 2).*

Este turismo rural, enmarcado en la modalidad de turismo de proximidad, además de permitir el contacto con la naturaleza, funciona como un medio a partir del cual el propio residente puede conocer mejor el lugar en donde vive, que se produce allí, bajo qué condiciones, quien está detrás de esa producción, entre otros aspectos. Esto da cuenta de la importancia que tiene en el Alto Valle esta modalidad turística, fundamentalmente para el producto chacras:

“(...) el poner en valor el ecosistema que denominamos chacra es fundamental, por esto de vincular a la gente de la región y que conozca (...). Mucha gente se va de visita a otros lugares, afuera; no se conocía, no se conoce lo que se hace en la zona. Bueno, entonces esto de incentivar el turismo de cercanía, bueno creo que también ahora en la post pandemia es la idea desarrollar este tipo de turismo (...) para las escuelas incluso, vincularlo con el sistema educativo es re importante, donde trabajas el sistema productivo, arrancas en Plottier o con Senillosa...” (Entrevistados/as grupo 2). *“(...) ahora que estamos en esta situación de pandemia, se está repensando todo lo que es los formatos/modelos de turismo, para nosotros cobra importancia de nuevo digamos, tener este tipo de posibilidades cercana a los centros de emisión digamos; a*

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

través de turismo lo que tratamos de hacer es visibilizar a estos productores y a esta actividad”
(Entrevistados/as grupo 1).

De esta forma, se visualiza también un acompañamiento por parte del organismo de turismo de la provincia en incentivar el turismo de proximidad en estos espacios feriales, al existir incluso antes de la pandemia, esta forma de movilidad entre los residentes del Alto Valle. Así lo destacaba un/a entrevistado/a del MinTur:

“(…) la realidad es que no hay un estudio de mercado hecho a fondo, lo que pudimos identificar digamos como segmentos preliminares, pensar la feria no solo para el visitante de afuera digamos, que viene a conocer un destino de la provincia, sino para los propios residentes o para mercados de cercanía. (...) en el caso del manduca, gente que viene con su familia durante el fin de semana y la considera como una alternativa para visitar, gente que ya está fidelizada a esa feria a esos espacios entonces ya hay como una demanda cautiva, hay algunos segmentos específicos de gente que sale a andar en bicicleta y como parte del circuito pasa por la feria (...) Asíque evidentemente hay un público de mercado de cercanía muy fuerte” **(Entrevistados/as grupo 3).**

El turismo de proximidad es sin dudas, una modalidad en auge ya que ocurre durante el tiempo libre del individuo y es, según lo menciona la autora Soria, I (s/a) respetuoso con el medio ambiente en tanto favorece destinos próximos y transportes lentos; así, en consonancia con un contexto en donde se comienzan a evidenciar los problemas medioambientales existentes, esta modalidad turística representa una alternativa sostenible para estos nuevos viajeros/as que buscan menores impactos en sus prácticas de consumo habituales. Además, en un momento en el que se cierran fronteras y la movilidad se reduce al máximo, lo cercano y conocido, comienza a experimentarse y re - descubrirse como algo auténtico y de gran valor para ser visitado.

6-Reflexiones finales:

A partir de la presente tesina, se puede afirmar el vínculo entre las ferias de productores y productoras y el turismo, y se pueden reconocer, como resultado del trabajo, elementos que sostienen la complementariedad y son parte constitutiva de este fenómeno.

Como se pudo dar cuenta en apartados anteriores, la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” y la “Feria de la Tierra a Tu Mesa” en SPC, constituyen espacios que pueden y son, en algunas ocasiones, complementados con la actividad turística, en tanto representan una experiencia integral recreativa. Se trata de espacios que ofrecen algo único, como lo es la elaboración de alimentos y/o productos de manera artesanal. Asimismo, toman protagonismo de ello el/la productor/a local; incentivando el re-conocimiento de una cultura local que apuesta a formas de consumo muchos más sustentables.

La **visibilización** es uno de los elementos más destacados en la relación de ambas actividades ya que constituye la vía de reconocimiento de lo que está presente; teniendo en cuenta además la trayectoria y el contexto presente en la región.

En este sentido es importante destacar, que el contexto de retroceso de la actividad frutícola en esta región del Alto Valle ha ocasionado que la población asentada en estos sectores rurales y dedica o dedicaba su actividad a la producción agrícola, tenga que buscar nuevas alternativas de producción en el territorio. Las ferias son parte de estas nuevas alternativas, constituyendo canales de comercialización al aire libre y directos, esto es, de productor a consumidor. El turismo entonces, como complemento de estas ferias funciona como una oportunidad que incentiva aún más la promoción de estos espacios, expone sus historias y dinámica organizativa del trabajo, visibiliza quienes son sus protagonistas, entre otros aspectos; por este motivo, la actividad turística es un medio para el re-conocimiento de lo que está allí presente.

Además, otro elemento presente lo constituye la **accesibilidad a los alimentos**, en tanto estos espacios representan un componente recreativo que las transforma en experiencias que escapan a un turismo tradicional masificado y estandarizado, para dar lugar a una nueva forma de pensar la actividad, a través de prácticas de consumo más responsables y conscientes. En ellas se entablan lazos

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

más estrechos entre productores y productoras locales como así también entre estos y los visitantes, lo que deviene en una fidelización de los productos que allí se comercializan; y, por tanto, en una forma diferente de adquirir los mismos.

Se podría pensar a estos espacios como redes de abastecimiento alimentario que se caracterizan además de por su carácter colectivo y cooperativo, por una redefinición de los mecanismos de intercambio que implican, implícita o explícitamente, un cuestionamiento de los mercados competitivos (Montiel, M; s/a). Esto debido a que responden las necesidades de los consumidores liberándolos de los canales convencionales, al responder a criterios de calidad y seguridad alternativos a los generados en el mercado y en cuya definición estos pueden participar de forma más directa y activa (Montiel, M s/a).

La ***identidad*** también es parte constitutiva de estos espacios. La feria facilita el sentido de pertenencia a un ámbito que proporciona una identificación común; a partir de una afinidad laboral compartida y una visión del mundo semejante. Esto otorga al espacio de una impronta y permite que se puedan transmitir cuestiones vinculadas al medio rural y formas de producción alimentaria que hacen a la identidad cultural de quienes participan.

En este sentido, la puesta en marcha de estos espacios, conlleva, una lógica de funcionamiento en la que se promueven principios de identidad y utilidad entre sus miembros; es decir, valores, creencias y normas de funcionamiento que dinamizan las relaciones entre ellos/as y el exterior. Esto al mismo tiempo, le otorga al espacio una razón de ser, ya que sus miembros colaboran activamente desde distintos roles y funciones para el logro de los objetivos propuestos y su sostenibilidad.

Aparece así, un cuarto elemento que es la ***visión comunitaria***, en tanto se agrupan en un espacio común diversas individuales que cooperan mutuamente y son más que la suma de las partes. La lógica comunitaria es más fuerte que una individualista.

En este sentido, ambas ferias de productores/as poseen un elemento diferenciador en cuanto a la forma en que se consolidan los mismos, ya que sus participantes promueven lógicas y cuestionamientos que se diferencian de los mercados capitalistas, al fomentar principalmente relaciones sociales en contraposición a estos último y su fomento por el individualismo.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

Así, como mencionan los autores Rueda, H et al (2018) estos mercados alternativos recuperan el sentido político de lo local al plantear alternativas y estrategias de producción, circulación y consumo que permiten identificar las formas en las que se confrontan los “valores hegemónicos de la ética del mercado, poniendo en práctica valores alternativos” (Caballero et al; 2010, p. 33 como se citó en Rueda, H et al 2018) “en un contexto en el que la confianza, la reciprocidad y la solidaridad son valores presentes en las relaciones sociales que se dan en estos espacios” (Rueda, H et al; 2018). Es a través de estas formas alternativas en la organización, en la producción y comercialización de los productos, que se configuran estos espacios y se promueve su persistencia en el tiempo.

De esta forma, la “Feria de Productores y Artesanos de China Muerta” y la “Feria de la Tierra a Tu Mesa” en SPC constituyen entonces una ***estrategia de resistencia*** al modelo neoliberal, en un contexto donde los agroquímicos forman parte del proceso productivo de las grandes empresas que buscan mayor producción en poco tiempo para así abastecer la demanda masiva de alimentos; aunque sin darle importancia a la inocuidad de los mismos. Asimismo, el hecho de que estas experiencias se desarrollen en ámbitos locales, da cuenta, además del “potencial endógeno de sus espacios locales (Ploeg y Long, 1994; Gerritsen, 2010) y se relacionan con la defensa de estilos de vida y de su territorio, este último entendido como el lugar de construcción de la identidad local” (Escobar 2001; Gerritsen y Morales 2007) (Como se citó en Durand, L et al; 2015, p.166). Tal es así, que se puede dar cuenta de la implicancia de estos espacios a nivel local en tanto se constituyen en alternativas para los y las productores/as de la región y al mismo tiempo resultan alternativas que promueven una defensa por una forma de producción que ha sido subalternada por una más extractiva y extensiva.

Se puede dar cuenta entonces, como mencionan los autores Wahren, J y Guerreiro, L (2014) hablar de estas ferias como espacios resistencia en territorios rurales, implica abordarlas como propuestas que incluyen visiones normativas diferentes –e incluso antagónicas– a las de la modernización excluyente que promueve el capitalismo hegemónico; “estrategias que aparecen en forma de resistencias a partir de la recuperación de prácticas agroecológicas, el trabajo familiar, cooperativo y/o comunitario, o la producción de alimentos para los mercados locales”(Wahren, J y Guerreiro, L; 2014; p.9). Como se mencionó anteriormente, cada una de estas experiencias se sostienen en el tiempo por la visión comunitaria presente entre sus protagonistas, como así también porque visibiliza

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

a un sector económico que, en la región del Alto Valle, ha sufrido muchas dificultades para su persistencia en el tiempo; así lo visibilizan algunos/as de los/as entrevistados/as:

“pero me parece que tanto la feria de china muerta como chañar tienen el factor identitario. Y bueno, eso está cargado de subjetividades, de todo lo que le aportan los actores que hacen a ese lugar” (Entrevistados/as grupo 3). “(...) no es fácil de dimensionar esta actividad y esta realidad social y productiva; y con las ferias lo que se hace es generar acceso y visibilizar y que el público, consumidores, visitantes dimensionen la realidad productiva de esta zona digamos, y la persistencia” (Entrevistados/as grupo 1).

Las ferias tomadas en consideración son entonces **espacios de alternividad**, al involucrar estrategias alternativas productivas, económicas/de gestión y normativas; esto es nuevas formas de intercambio y vínculo entre productores/as y consumidores, fomentando también un consumo y una producción local basado en la calidad de lo que se comercializa. Lo alternativo da cuenta del tipo de relaciones, objetivos y transformaciones que plantean estos espacios atendiendo a los contextos en los que se ubican (Barriga, 2016; Kay, 2016; Maela, 2012; como se citó en Rueda, H et al; 2018).

Las estrategias alternativas productivas refieren a una forma de producción basado en la calidad de lo que se comercializa; esto es, una producción agroecológica que no altera los procesos naturales de origen de los alimentos. Por otra parte, las estrategias alternativas económicas de gestión dan cuenta de una forma de organización basada en el asociativismo y la cooperación entre sus participantes lo que a su vez genera dinámicas diferentes de vinculación entre ellos/as. Y, por último, las estrategias alternativas normativas se visualizan en los diferentes proyectos turísticos que desde organismos dependientes del estado se implementan en estos espacios, involucrando otras formas de uso del espacio además de la comercial.

A modo de síntesis, se puede dar cuenta entonces que estos espacios se caracterizan por ser mercados alternativos cuya importancia radica en la visibilización de la producción local, sus protagonistas e implicancias, como así también y no menos importante, de una cultura local que apuesta a metodologías y lógicas de producción menos contaminante y extractivistas. Además, el complementar estos espacios con otras actividades de ocio y de aprendizaje como talleres, espectáculos musicales y demás, cautiva mucho más al visitante, que busca vivir experiencias de esta

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

índole, en un espacio próximo a su lugar de residencia en contacto con la naturaleza y el medio rural. Quienes participan de estas propuestas buscan, además de la venta, el reconocimiento y la permanencia del visitante, reivindicando además la autonomía en la gestión y promoviendo formas de consumo más amenas con el medio ambiente.

En este sentido, resulta de importancia el sostenimiento de estos espacios a lo largo del tiempo; en tanto representan una alternativa turística y comercial que le da al visitante la posibilidad de adquirir productos frescos y de calidad sin intermediarios, y lo acerca a una experiencia en el entorno rural que escapa a lo convencional. Además, para productores y productoras locales estos espacios son un medio de subsistencia económico, pero así también una oportunidad de dar a conocer quiénes son, que producen, como lo hacen y lo que ello representa para cada uno/a.

Estos espacios feriales son para el turismo una oportunidad a una forma de pensar la actividad, esto es, un tipo de turismo que promueve la visita a espacios de cercanía y que busca potenciar el reconocimiento de aquello que constituye la cotidianeidad de las personas; y al mismo tiempo, estos espacios representan una alternativa a las actividades propias del entorno rural, en un contexto donde prima el avasallamiento de lo que no se adapte a lo que propone el modelo extractivista imperante.

Desde los organismos del estado, se debería mejorar aún más el trabajo en conjunto con estos sectores, para así generar propuestas más a largo plazo que acompañen y complementen las ferias de productores y productoras locales como espacios de socialización y disfrute del tiempo libre para el visitante. El contexto actual de pandemia entabló nuevas formas de pensar el entorno rural; este aparece como un “escape” del entorno urbano y se constituye al mismo tiempo, como una alternativa “segura” a los ojos del visitante, quienes se interesan aún más por propuestas al aire libre procurando el distanciamiento social.

Es por ello, que los proyectos a implementar en estos espacios deben tener una continuidad y una mirada interdisciplinaria, ya que no se tratan de proyectos que nacieron con un interés turístico, sino que nacen ante la necesidad social y económica de productores y productoras de la zona en un periodo de retraimiento económico de su actividad productiva, y ante este panorama encontraron una alternativa de supervivencia que aún hoy siguen manteniendo, proyectando y abriendo camino a nuevas posibilidades, como lo es la actividad turística y todo lo que ello implica.

Bibliografía:

- ✚ Alamo, M. (2019). Las ferias de emprendedores de Villa Harding Green y Del Lago como herramientas para el desarrollo de la economía social, comunitaria y solidaria en Bahía Blanca. XXI Jornadas de Geografía de la UNLP, 9 al 11 de octubre de 2019, Ensenada, Argentina. Construyendo una Geografía 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/trab_eventos/ev.13478/ev.13478.pdf
- ✚ Anello,M; Rodríguez,V; Bunge,M; Wright,E; Carballo,C (2020). Soberanía Alimentaria y Economía Social. La feria del productor al consumidor en la facultad de agronomía - UBA 2015 - 2019. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Raei_Unespar_Paranagua/publication/339697099_SOBERANIA_ALIMENTARIA_Y_ECONOMIA_SOCIAL_LA_FERIA_DEL_PRODUCTOR_AL_CONSUMIDOR_EN_LA_FACULTAD_DE_AGRONOMIA_-_UBA_2015-2019/links/5e5ffb3da6fdccbeba1c7523/SOBERANIA-ALIMENTARIA-Y-ECONOMIA-SOCIAL-LA-FERIA-DEL-PRODUCTOR-AL-CONSUMIDOR-EN-LA-FACULTAD-DE-AGRONOMIA-UBA-2015-2019.pdf
- ✚ Blanco,M; Masís,G (2012). Las ferias agroalimentarias de Costa Rica espacios para promocionar la agroindustria, los productos típicos y el turismo en los territorios rurales. Recuperado de: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/10881>
- ✚ Cammarata, B. El turismo como práctica social y su papel en la apropiación y consolidación del territorio. En publicación: América Latina: cidade, campo e turismo. Amalia Inés Geraiges de Lemos, Mónica Arroyo, María Laura Silveira. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, San Pablo. Diciembre 2006
- ✚ Casalis,A; Altschuler, B. Aportes del Desarrollo Local y la Economía Social (2006). Recuperado de: <http://politicaspUBLICAS.flacso.org.ar/wp-content/uploads/2019/07/Casalis-Altschuler.pdf>
- ✚ Castro,A. (13 de mayo de 2021). Puesto Chañar: la usina de emprendedores agroalimentarios de la región. LM Neuquén. <https://www.lmneuquen.com/puesto-chanar-la-usina-emprendedores-agroalimentarios-la-region-n797074>
- ✚ Craviotti, C; Soleno, R (2015). Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina Mundo Agrario, vol. 16, núm. 33, 2015 Universidad Nacional de La Plata Buenos Aires, Argentina.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

- ✚ Delisle, M (2011) *¿Es posible otro turismo? Ética, protagonistas, conceptos, dificultades, buenas prácticas, recursos*. FLACSO.
- ✚ Fingermann, L (2017). Representaciones de los productores/feriantes de la Feria de Pequeños Productores Familiares Manos de la Tierra, del productor al consumidor, en torno a la construcción de mercados de la economía social y solidaria. Recuperado de: <https://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/258>
- ✚ Gallo,G; Peralta,J; (2014). El turismo rural comunitario como viabilizador para la revalorización de culturas y recursos. La importancia de imprimir vivencias y compartir saberes.
- ✚ García,L; Wahren,J; (2015). Seguridad Alimentaria vs. Soberanía Alimentaria: La cuestión alimentaria y el modelo del agronegocio en la Argentina. Recuperado de: <https://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/26%20WAHREN%20Y%20GERREIRO%20Soberania%20Alimentaria.pdf>
- ✚ Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA). (2011). Agricultura familiar: del productor al consumidor apuntes para el análisis de las ferias y mercados de la agricultura familiar en Argentina / compilado por Damián Alcoba y Sergio Dumarauf. -1a. ed. - Buenos Aires: Ediciones INTA, 2011.
- ✚ Ituarte, E (2015). "Análisis retrospectivo de propuestas de desarrollo turístico en Choele Choel durante el período 1990-2012. Estrategia innovadora para el desarrollo del turismo rural: Glamping". Recuperado de: http://bc2.uns.edu.ar/bitstream/123456789/3251/1/Tesis_Ituarte.pdf
- ✚ Jiménez,M (2007). Los proyectos de cooperación en la construcción de la soberanía alimentaria. Recuperado de: <http://www.oda-alc.org/documentos/1365180206.pdf>
- ✚ Lacroix,P y Cheng,g. (ed.). (2014). Ferias y mercados de productores: Hacia nuevas relaciones campo-ciudad.
- ✚ Leal Londoño, M. D. P. (2015). Turismo gastronómico, impulsor del comercio de proximidad. Editorial UOC. <https://elibro.net/es/ereader/uncoma/113746?page=1>
- ✚ Lizarasu,R. (2014). Los circuitos cortos de comercialización: Impacto en la generación de ingresos de pequeños productores rurales. en Devisscher,M, Argandoña,B (ed.), del productor al consumidor: Una alternativa comercial para la agricultura familiar.

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

- ✚ Llundés,J, Soria,I, Romagosa,F (2015). Patrimonio minero y turismo de proximidad: explorando sinergias. El caso de Cardona.
- ✚ Marquez,V (2015). Comercio justo y cooperativas frente a la crisis de los pequeños productores frutícolas del Alto Valle de Río Negro y Neuquén. Recuperado de: <http://www.clac-comerciojusto.org/ulcj/wp-content/uploads/2014/06/Comercio-justo-y-cooperativas-frente-a-la-crisis-de-los-peque%C3%B1os-productores-frut%C3%ADcolas-del-Alto-Valle-de-R%C3%ADo-Negro-y-Neuqu%C3%A9n.pdf>
- ✚ Marradi,A, Archenti,N, Piovani,J. (2007). Metodología de las ciencias sociales. Emecé editores.
- ✚ Organización de las Naciones Unidas (2020). Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo. Recuperado de: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf
- ✚ Mendéz, F y Cisneros, E. (2017). Turismo Agroecológico: Alternativa de Desarrollo Turístico Sostenible en la Zona Rural de la provincia del Guayas.
- ✚ Ortiz, H (2020). ¿El coronavirus reescribirá el turismo rural? Reinención, adaptación y acción desde el contexto latinoamericano. Revista interdisciplinaria de turismo y territorio. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7869335>
- ✚ Pastore,R. (2010). Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en la Argentina. Universidad Nacional del Quilmes, Buenos Aires.
- ✚ Peralta,J; Li,S (2017). Agroturismo: Una actividad que pone en valor el trabajo de las comunidades rurales. Recuperado de: https://inta.gob.ar/sites/default/files/inta_eaaf_esquel_agroturismo_092017.pdf
- ✚ Rábago,N;García,M;Ferreira,A.(2020).Casos de planeación y gestión turística. Comportamientos, problemas y avances. La Laguna (Tenerife): PASOS, RTPC. www.pasosonline.org. Colección PASOS Edita, nº 27.
- ✚ Rivera, M (2014). El Turismo Experiencial como forma de turismo Responsable e Intercultural. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4768331>
- ✚ Rodil,D (2015). Avance de la frontera hidrocarburífera sobre suelo productivo Estación Fernández Oro, Alto Valle del Río Negro. Recuperado de:

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

http://www.unter.org.ar/imagenes/asauee_2015.%20Rodil%20-%20Avance%20de%20la%20frontera%20hidrocarburifera%20sobre%20suelo%20productivo.pdf

- ✚ Rodríguez C., Aleidy (2003). La recreación: una estrategia de enseñanza para el desarrollo del contenido actitudinal del diseño curricular en alumnos de Tercer Grado, de la Escuela Bolivariana Ambrosio Plaza. Sapiens. Revista Universitaria de Investigación, 4 (2), 0. [Fecha de Consulta 18 de Septiembre de 2021]. ISSN: 1317-5815. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41040203>
- ✚ Rodriguez, G. (2019). El Agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S025357852019000100062&lng=es&nrm=iso
- ✚ Rodriguez, D; Chara, A; Romero, M. (2019). Experiencia de turismo rural: El circuito de producción de agroalimentos y la feria De la Tierra a tu Mesa en San Patricio del Chañar, Neuquén, Argentina. En Nora, B et al, *Casos de planeación y gestión turística Comportamientos, problemas y avances*. Editorial Pasos.
- ✚ Roldán Rueda, H. M., Gracia, M. A., y Mier y Terán, M. (2018). Los mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a procesos de certificación. Cuadernos de Desarrollo Rural, 15 (82), 1-17. <https://www.doi.org/10.11144/Javeriana.cdr15-82.mlam>
- ✚ S/N (2020). La Vía Campesina. Movimiento Campesino Internacional. Recuperado 24/04/2020 en <https://viacampesina.org/es/por-que-luchamos/soberania-alimentaria/>
- ✚ Salvatierra,N; Villarreal,L (2009). La reconfiguración neoliberal de los ámbitos rurales a partir del turismo: ¿Avance o retroceso?. Recuperado de:<http://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v16n50/v16n50a6.pdf>
- ✚ Sampieri,R, Collado,C, Baptista,P. (1998). Metodología de la investigación. Mc Graw Hill.
- ✚ Saravia Ramos, P. (2020). Circuitos cortos de comercialización alimentaria: Análisis de experiencias de la Región de Valparaíso, Chile. Psicoperspectivas, 19(2). <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol20-issue2-fulltext-1914>

Experiencias en torno a Circuitos Cortos de Comercialización ¿Oportunidad para el turismo y/o alternativa para la producción?

- ✚ Sayadi, S y Calatrava, J. (2001). Agroturismo y desarrollo rural: Situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/398/39800709.pdf>
- ✚ Soria, I. (s/a). El turismo de proximidad: Una nueva perspectiva de la movilidad turística. Recuperado de: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:9Q5Pb0hoRIEJ:https://aecit.org/e-l-turismo-de-proximidad-una-nueva-perspectiva-de-la-movilidad-turis/congress-papers/26/+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ar>
- ✚ Steimbreger, S; Radonich, M y Bendini, M (2003). Expansiones de frontera agrícola y transformaciones territoriales: Procesos sociales diferenciales. Recuperado de: <http://investigadores.uncoma.edu.ar/cepyc/publicaciones/Expansiones de frontera agr%C3%ADcola.pdf>
- ✚ Tripin, Bonifacio y Rodriguez (2020) Impactos del COVID en los circuitos de la pequeña producción de alimentos y de la economía social en el área de la confluencia de Neuquén. Exposición en Conversatorio del IPEHCS CONICET UNCO. 17 de diciembre de 2020
- ✚ Vasilachis, G (2006). Estrategias de Investigación Cualitativa. Gedisa.
- ✚ Wahren, J y Guerreiro, L (2014). Campesinado, territorios en disputa y nuevas estrategias de comercialización de la producción campesina en Argentina. Recuperado de: <https://veredasojs.xoc.uam.mx/index.php/veredas/article/view/336/333>
- ✚ Wahren, J y Guerreiro, L (2015). Seguridad Alimentaria vs. Soberanía Alimentaria: La cuestión alimentaria y el modelo del agronegocio en la Argentina.
- ✚ Zunino, N (2008). La conformación del Alto Valle Frutícola. Recuperado de: <https://inta.gob.ar/documentos/la-conformacion-del-alto-valle-fruticola>