



DOCUMENTO DE TRABAJO N° 44

PRIMERAS APROXIMACIONES AL FENÓMENO DE LAS FERIAS EN BAHÍA BLANCA

2024

Francisco Cantamutto
Jimena Irisarri
Dévora Eliosoff
Florencia López
Mariano Riega
Carolina Yabante

ISSN 2250 8333

Citación sugerida:

Cantamutto, F., Irisarri, J., Eliosoff, D., López, F., Riega, M., & Yabante, C. (2024). *Primeras aproximaciones al fenómeno de las ferias en Bahía Blanca* (Documento de Trabajo N° 44). Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur (IIESS, UNS-CONICET).

Primeras aproximaciones al fenómeno de las ferias en Bahía Blanca

Francisco Cantamutto, Jimena Irisarri, Dévora Eliosoff, Florencia López, Mariano Riega y
Carolina Yabante

Departamento de Economía (UNS) – Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales del Sur
(IIESS UNS-CONICET)

En Bahía Blanca se llevan a cabo una gran cantidad y variedad de ferias, de manera periódica y en diferentes ubicaciones de la ciudad. Sin embargo, carecemos de un estudio sistemático y no contamos con información oficial disponible de su funcionamiento, organización e integrantes. No hay una entidad que centralice su dinámica, ni registre sus participantes, salvo aquellas que están oficializadas por el Municipio¹¹. De tal modo que se trata de un fenómeno prácticamente inexplorado.

Este informe es resultado, justamente, de una primera aproximación al objeto de estudio, una investigación de tipo exploratoria que combina diferentes métodos, llevada a cabo entre julio y noviembre de 2023 en la que se relevaron ferias existentes en la ciudad.

Se recopiló información a través de redes sociales (Facebook e Instagram), páginas web y noticias de portales locales. Se exploraron estas fuentes con preguntas-guías para tratar de elaborar una caracterización común. En los casos donde fue posible, se contactó a la organización o referente para ulteriores aclaraciones generales. Se pretendió tener cierta exhaustividad en cuanto a la cobertura general de los casos existentes, aquellos que tienen un funcionamiento más o menos frecuente. Es posible que existan otras ferias regulares en la ciudad que no hayan sido alcanzadas en este estudio, pero entendemos que la muestra es representativa, dado que abarca a las más conocidas y concurridas de la ciudad. Se hicieron consultas a organizaciones sociales e investigadores/as que estudian alguna de estas ferias²². Para profundizar en el conocimiento de algunos casos, se realizaron entrevistas semi-estructuradas a 4 informantes clave (participantes de los grupos organizadores de las ferias). En este aspecto, el ánimo no era pretender la exhaustividad sino más bien validar los hallazgos de la indagación general, y la oportunidad de brindar pistas para futuras investigaciones.

Los principales resultados fueron puestos en común en una reunión específica de trabajo realizada el 3 de noviembre de 2023, en el marco de la Cátedra Libre de Economía Social que funciona en el Departamento de Economía de la UNS, donde también participaron integrantes de la cátedra de Gestión y extensión agropecuaria, de la carrera de Ingeniería en Agronomía de la UNS³. Esta instancia de exposición y debate sirvió para una primera revisión de los hallazgos aquí presentados.

En este documento de trabajo se presentan los primeros hallazgos. En la primera sección se

¹ Las mismas aparecen en el rubro Cultura y Educación del sitio web Bahía Georeferenciada de la Municipalidad. Notar que de este modo las ferias están pensadas como esparcimiento más que como forma de ganarse la vida o actividad económica propiamente dicha. En la página figuran: la Feria de la Gente en el Parque de la ciudad, la Feria del Lago en el Parque de Mayo, la Feria Municipal de Artesanos en la Plaza Rivadavia y el Mercado de Pulgas del Parque Independencia (MBB, 2023). También hay referencias en las noticias semanales, tal como señalamos más abajo.

² Matías Álamo y María Belén Nieto, docentes del Departamento de Geografía y Turismo, contribuyeron gentilmente con sugerencias y reflexiones construidas a partir del estudio de las ferias ligadas a la agricultura familiar, como parte de la investigación del PGI “Geografía, territorios y estudios de acción colectiva desde una perspectiva de género. Segunda parte”, del Departamento de Geografía y Turismo de la UNS.

³ Agradecemos los aportes realizados por la docente Laura de la Fuente en tal oportunidad.

proponen algunos lineamientos conceptuales para comprender el lugar que ocupan las ferias en el presente. La segunda sección analiza la información recolectada de las diversas fuentes. Se presentan luego comentarios finales.

Las ferias como espacio actual de comercialización

Las ferias no son una novedad. Existen desde la Antigüedad, y son una de las formas más primitivas de la institución del mercado: un espacio de intercambio de bienes y servicios, donde quienes ofrecen se encuentran de manera regular. Se fueron modificando a lo largo de la historia, adquiriendo nuevas características, que bajo el capitalismo moderno alcanzaron un alto nivel de abstracción, en cuanto a sus participantes, las mercancías intercambiadas, su asincronía temporal y su espacialidad (pensar, por ejemplo, en estas características para los mercados internacionales de capitales). No obstante, y a pesar de todos estos cambios, las ferias han persistido como una forma de intercambio vigente y actual.

De hecho, han resultado un vehículo apropiado para un determinado tipo de productos/servicios o cierto segmento de mercado específico (por ejemplo los mercados de artesanías o los paseos de compras a cielo abierto en localidades turísticas). Los mercados de cercanía, además, han sido utilizados para la venta de productos con características específicas, como el caso de la producción agroecológica.

Sin embargo, es ineludible señalar que una parte relevante de su actualización vino de la mano de la crisis y de la economía popular. Como ha sido ya referido en diversas investigaciones, las políticas neoliberales -con apogeo en la Convertibilidad- dejaron crecientes segmentos de la población en una posición de marginalidad, al perder dinamismo el mercado de trabajo formal. El aumento de la desocupación, subocupación y de la informalidad fueron vehículos que llevaron en esa dirección a la pobreza y la desigualdad. Frente a esto, surgieron múltiples experiencias de resistencia y organización popular, no solo para la protesta -que adquirió nuevos rasgos- sino también para la reproducción social de la vida en términos económicos. Concretamente, aparecen nuevas iniciativas como las empresas recuperadas o los clubes de trueque. Estas experiencias magnificaron su presencia en el marco de la crisis, en especial en 2001, pero venían de tiempo atrás. Abramovich y Vázquez (2007) enuncian algunas experiencias vinculadas a estas prácticas: los emprendimientos comunitarios; empresas recuperadas por los trabajadores; microemprendimientos familiares; mutuales y cooperativas; espacios de intercambio (trueque); espacios culturales territoriales; ferias populares; redes de comercio justo o solidario; de compra conjunta; microcrédito y banca social; instituciones de capacitación y apoyo a todas las anteriores; movimientos piqueteros y sus actividades productivas; sindicatos de trabajadores (ocupados o desocupados), etc.

Específicamente nos interesa aquí remarcar los clubes de trueque, que fueron espacios auto-organizados en el marco de una severa iliquidez monetaria (ver González Bombal, Leoni y Luzzi, 2002). Ante la falta de ingresos dinerarios, las personas se organizaron para intercambiar aquello que sabían hacer o que disponían para enajenar (por ejemplo, venta de usados), sin el uso de moneda. Para ello, se inventaron mecanismos de intercambio como vales, bonos o “créditos” que eran válidos al interior de cada uno de los nodos o clubes de trueque. En algunos casos, incluso se permitió el uso del mismo instrumento en más de un nodo. Esto permitió generar un equivalente general precario para poder comerciar sin dinero. El primer club de este tipo que se tiene registro apareció en Bernal en 1995, conformado por unas 30 personas. De allí, la evolución fue asombrosa: en 1997 había cerca de 40 clubes, que se hicieron 200 en 1999, y se duplicaron al año siguiente, pasando a 1.800 en 2001 y cerca de 5.000 a mediados de 2002 (Ovalles, 2002). No hay una estimación precisa de cuántas personas participaron de esta red, con referencias que van

de dos millones y medio (Ovalles, 2002) hasta siete millones (Fernández Mayo, 2009). Abramovich y Vázquez (2003) señalan que no solo surgieron como una alternativa de integración económica, sino también social y cultural.

En Bahía Blanca el proceso también tuvo su relevancia (Cantamutto, 2018). En 1996, se armó una reunión en el Hall de la Municipalidad, donde se contó la experiencia de Bernal, y rápidamente, 90 vecinos y vecinas montó el Trueque de la Bahía, Ingeniero White y General Cerri, que aprovechaba la Estación Sud del ferrocarril (avenida Cerri y Soler) para encontrarse cada sábado a intercambiar productos (ver Becher, 2018). En los siguientes años, el trueque fue instalándose y moviéndose por la ciudad: en la Escuela Media N° 3, en el Patronato de la Infancia, en Villa Libre, en Villa Rosas y en Loma Paraguaya. El 21 de abril de 2000 se organizó un Encuentro de Clubes de Trueque en el Complejo Cultural y Deportivo Norte, y en octubre de ese año se hizo una Megaferia en la Estación, donde participaron alrededor de 1.500 personas. Para entonces funcionaban en la ciudad cerca de 20 clubes, alcanzando unos 150 para 2002. En Bahía Blanca, el Concejo Deliberante y la Municipalidad colaboraron con capacitaciones laborales y sanitarias.

Sin embargo, tras el pico de relevancia en 2002, estas experiencias empezaron a declinar, de la mano de la recuperación económica y el mercado laboral. A medida que las personas encontraban trabajos con remuneración suficiente en otros sectores, dejaron de darle centralidad a estos espacios. Al mismo tiempo, ocurrió que en muchos casos la organización del sistema del club no estaba lo suficientemente consolidada, mostrando limitaciones para gestionar en especial la emisión de créditos (incluyendo problemas de legitimidad), que lentamente dejaron de funcionar a medida que declinaba la oferta de productos y servicios en esos espacios (Fernández Mayo, 2009). Se produjo cierta inflación de créditos, que al mismo tiempo eran “captados” o ahorrados por una minoría más grande, lo cual dejaba a amplias mayorías sin recursos para intercambiar. De este modo, algunos clubes fueron mermando en participación y en otros fueron los y las propias feriantes quienes propusieron cambiar el sistema al uso de dinero. Los clubes de trueque no desaparecieron del todo, pero su relevancia se vio severamente reducida. En Bahía hubo un club que siguió funcionando en Piedrabuena y Beruti.

Algunos de estos clubes, sin embargo, fueron convirtiéndose de la mano de la propia recuperación económica -que impactaba en la dinámica del mercado de trabajo- sino también de la ampliación de la política social. De cierto modo, quedó como refugio para quienes quedaban más relegados/as en esa dinámica. De ser concebida como un espacio social y solidario, de manera creciente pasó a ser pensado como remanente para los sectores más golpeados. Justamente, la política social de la etapa neodesarrollista (2002-2015) rápidamente viró a la inclusión en el mercado de trabajo, bajo una gama de posibles niveles de “empleabilidad”, esto es, reinserción productiva en el mercado. Por ese entonces, en Bahía Blanca se los concibió como “mercado de pulgas”, concepción que se arrastra incluso a la normativa local que regula su funcionamiento.

Debido a la visibilidad y magnitud de la actividad, el Concejo Deliberante de esta ciudad elaboró una normativa en 2003 (Ordenanza 11.947) para intentar regular la actividad más que para proteger a los sujetos que participan de ella, que no son mencionados en este documento. Centra su preocupación en el origen de los objetos que se ofrecen en esos espacios más que en la acción de intercambio en sí y estipula que deben ser “mercadería legalmente comercializable”, con certificado de origen u otra documentación que desprenda la “legítima propiedad del bien a transar” (art. 5). Además, en la Ordenanza se los caracteriza como “Mercados de pulgas”, nombre que recibían antiguos espacios de venta de ropa de segunda mano, vieja y usada -que se creía infectada de esos insectos en el pensamiento vulgar-. Se buscó normativizar su funcionamiento para que no compitiera con lo “legal”. Por ello se dispuso que sólo podían desarrollarse los días sábados y por espacio de cuatro horas. Este reglamento tiene vigencia hasta la actualidad.

Lejos de desaparecer, estas ferias persistieron y mutaron. A nivel nacional, adquirió especial relevancia la conocida como “La Salada”, que funciona en Ingeniero Budge (Lomas de Zamora). Como ha mostrado Gago (2014), allí confluyen diversas prácticas económicas, no solo vinculadas a la supervivencia diaria sino también imbricadas con la economía formal: diversos tramos en las cadenas de valor se insertan o atraviesan este espacio, que queda luego ocluido en el registro final de consumo. Por caso, no solo los sectores populares asisten en tours de compras a La Salada, sino también comercios formales del centro de la ciudad de Bahía Blanca lo hacen. No se trata de un segmento separado, aislado, del resto de la economía, sino de una relación ambigua que la atraviesa por múltiples segmentos.

Justamente, esto atañe a los debates conceptuales sobre la economía popular. Mientras que en general la conceptualización sobre la economía social y solidaria la ubica como una suerte de esfera autónoma, basada en otros valores y prácticas, la propuesta de economía popular la pone en una relación imbricada con el resto del funcionamiento sistémico. La economía popular involucra diversas funciones relativas a la reproducción material de la vida. Y si bien existen debates conceptuales sobre la mejor determinación y su alcance, parece existir consenso en torno a su relevancia en la Argentina actual⁴. Las estimaciones más cercanas hablan de un peso determinante en la estructura del mercado laboral. Los relevamientos oficiales a partir de la creación del Registro Nacional de Trabajadorxs de la Economía Popular (Ley 27.345/2016) indican que este sector ocupa a más de 3,7 millones de personas, en algunas provincias, representan más que el trabajo asalariado formal⁵.

Si bien contamos con excelentes trabajos al respecto (por ejemplo, Gago, 2014), quizás las ferias no han sido especialmente atendidas en el estudio de la economía popular, más enfocado en experiencias productivas que se reúnen en una misma unidad de gestión. Sin embargo, la comercialización es parte de las actividades económicas alcanzadas dentro de las formas sociales o populares de reproducción de la vida. Las ferias son un espacio central en este sentido, pudiendo pensarse como unidades con gestión de lo común. En este marco, Busso (2005) las califica como prácticas comunitarias, asociativas y autogestivas de generación de ingresos o de satisfacción de necesidades básicas. Reúnen dentro de sí una multiplicidad de agentes productivos de diverso tipo: empresas, cooperativas, emprendedoras/es, o personas que se dedican a otra actividad durante los demás días de la semana. Coinciden en la actividad de comercialización en ese espacio, pero preservan su autonomía en las demás actividades que realizan, incluso las productivas relacionadas con el producto o servicio vendido en la feria.

La novedad de la economía popular ha sido incorporada desde hace ya algún tiempo por los consumos de sectores medios. Así, como señala Roitman (2021), no es extraño encontrar que las ferias se han asimilado y generalizado, incorporando ciertos valores y lógicas de su funcionamiento, al punto de ponerse “de moda”. Estas ferias pueden combinar elementos de la economía popular con variaciones que permitan distinguirlas por el tipo de producto ofrecido o su calidad, por su lugar de funcionamiento o la infraestructura con la que cuenta, o incluso por los valores que busca promover (ecología, agricultura orgánica, comercio solidario, por caso).

Esta variedad de manifestaciones existe en Bahía Blanca, donde se distinguen diversos tipos de ferias que buscan diferenciarse incluyendo un universo heterogéneo de feriantes pero también buscando atraer tipos dispares de consumidores (ver siguiente sección). El cobro de un canon más

⁴ La economía popular puede ser vista apenas como una forma de resolver la inserción precaria en el mercado formal. Mazzeo y Stratta (2022), por su parte, proponen su abordaje a través de una mirada macrosocial y multiescalar, incorporando a su vez la hipótesis transicional, esto es, en construcción hacia un sistema económico social poscapitalista. En este sentido, las experiencias de la economía popular aportan sentido contrahegemónico en la dirección de líneas alternativas de desarrollo.

⁵ Ver <https://www.argentina.gob.ar/desarrollosocial/renatep/descargas>

alto por participar, la obligación de disponer cierta estructura para el armado del stand, la selección de productos/servicios que evite la repetición al interior de la feria, la obligación de contar con cierta variedad y cantidad de productos, la prohibición de reventa o de venta de artículos usados son algunas estrategias que limitan el tipo de feriante que puede participar. Detrás de estos requisitos está la voluntad de distinguir la feria, lo cual se pone en relación al lugar de funcionamiento de la misma (en paseo público, espacio cerrado con ingreso restringido, espacio público no preparado para tal función). Con estas combinaciones de atributos es posible apuntar a diversos tipos de consumidores, lo cual impacta también en la asiduidad de la actividad, el tipo de producto que se comercializa y el precio del mismo.

De hecho, muchas de las ferias y sus participantes se resisten a ser catalogados como parte de la economía popular, presentándose como “emprendedores/as”. Se trata de un término que revaloriza el carácter pro-activo de los sujetos comprendidos, como gestores de emprendimientos, que no alcanzan una dimensión empresarial pero se proponen en una lógica similar. Aunque su referencia no está atada a ninguna ideología en particular, resuena en su lógica un fuerte sesgo de las corrientes neoliberales, que ponen en valor la “gestión de sí mismo” como una forma específica de gobierno (Frade, 2007; Moulian, 1998). Las ferias serían así un espacio de encuentro de individuos emprendedores, sin mayor vínculo que su ánimo de autorrealización. Este sesgo, por supuesto, tiene un aspecto aspiracional que tiñe incluso prácticas que sin dudas pueden encuadrarse dentro de la economía popular.

Aquí nos centraremos específicamente en el análisis de las ferias que existen en Bahía Blanca, que no sólo implica una actividad económica, una variante en la mayoría de los casos obligada del autoempleo, sino una forma de abrirse paso insistente, a fuerza de luchas con un mercado que tiende a excluirlas por la vía de la informalidad o la precariedad. Busso (2011) las define como un lugar de intercambios comerciales, un espacio de interacción social, de encuentros y socialización. Señala que se caracterizan por desarrollarse primordialmente en espacios públicos, por congregarse actividades de bajo capital, por la facilidad de acceso y egreso de las ocupaciones que allí se desempeñan y por la centralidad que adquiere la fuerza de trabajo (en desmedro de maquinarias o tecnología).

Veamos entonces su fisonomía actual en Bahía Blanca en la siguiente sección.

Las ferias en Bahía Blanca: un panorama de conjunto

A partir de las técnicas señaladas en la introducción, se pudo reconstruir para esta investigación un conjunto de ferias de funcionamiento regular en la ciudad de Bahía Blanca. Esto excluye otras que funcionen de manera esporádica o incluso de forma excepcional (por ejemplo, para recaudar fondos para algún propósito puntual). También quedan fuera del foco de investigación algunas que puedan funcionar de manera más acotada, a saber, entre vecinos/as de algún barrio de la ciudad, sin cobrar notoriedad fuera del ámbito más estrecho de funcionamiento. Las principales características de las ferias relevadas se pueden observar en la siguiente tabla.

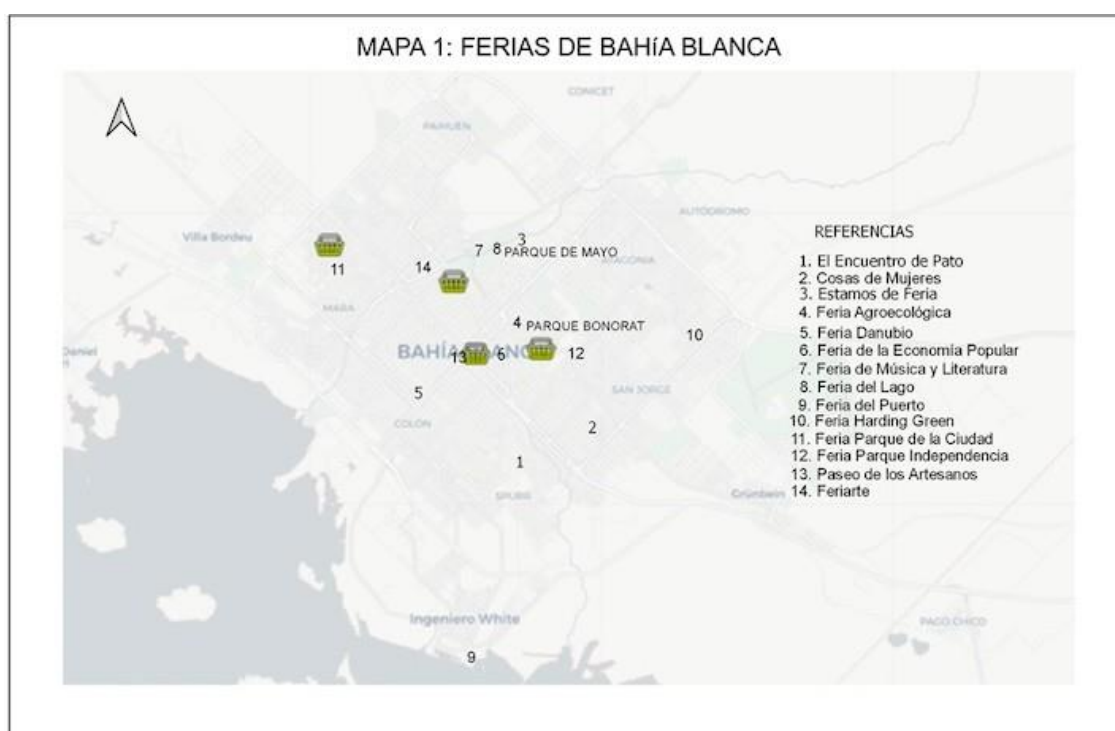
Nombre	Autodenominación (de emprendedores, artesanal, etc.)	Ubicación	Días/horarios que funciona	Tamaño aproximado (feriantes)	Vínculo con organización social o de otro tipo	Tipo de productos	Comentarios
Cosas de mujeres	Emprendedores	Sociedad de fomento Villa Libre (Fournier 955)	Un domingo al mes, desde las 14:30 a 19hs	30		Utensilios de cocina aromatizantes, indumentaria nueva y de segunda mano, sublimaciones, decoración, bijouterie, manicuría, etc.	Se brinda un espacio para tomar té, café acompañado de tortas/panificados
De Feria Bahía	Emprendedores	Se informa a través de su cuenta de Instagram				Ropa de segunda mano	
El Galpón	Emprendedores y Food Trucks	Movible en Plaza, Parque Boronat, Paseo la Arcada, el patio de Alfonsina (Paseo de la Mujer)	Sábados y domingos, entre 12 a 18hs/19hs	134	Municipalidad de BB, Andreani (Logística)	Accesorios, bazar, indumentaria, cerámica, juguetes, pastelería, plantas, holística	Acceso de emprendedores limitado (evalúan calidad, rubro e imagen en las redes)
Encuentro de Pato	feriantes	Entre las calles Berutti, Piedrabuena, Estados Unidos y Darregueira.	Jueves, sábados y domingos, de 10hs a 18hs.	400		Todo tipo de productos. Nuevos y usados. Poco valor agregado.	Feriantes fijos y ocasionales. Funciona desde 2008
Estamos de feria	Emprendedores	"El Pinar eventos" (Florida 1300)	Dos domingos por mes, entre las 15 y 19hs.	40		Indumentaria, accesorios, cosméticos y belleza, panadería y pastelería, decoración, plantas, perfumería, ropa interior	Se permite el ingreso de mascotas. Funciona desde 2016.

Feria agroecológica del Boronat	Productores agroecológicos	Parque Boronat (3 de febrero, esquina Las Heras)	Cada 15 días los sábados de 10 a 13hs	16 a 28 productores		Verduras y hortalizas, legumbres, yerba, panificados, frutas, harinas integrales, aromáticas, plantines, semillas, mermeladas, pastas, estética natural	
Feria Americana BB	Emprendedores	Se informa a través de su cuenta de Instagram				Ropa nueva y usada	
Feria Danubio	Feria barrial	Club Barrio Noroeste					
Feria de la Economía Popular	Productores	Plaza Rivadavia o Plaza del Sol				panificados, verduras, hortalizas y frutas	
Feria de Música y Literatura	Emprendedores	Parque de Mayo (frente al Monumento de Rómulo y Remo), Plaza Rivadavia y Plaza Payró (al lado del Teatro Municipal)	Cada 15 días los sábados, domingos y feriados, de 13 a 20hs	20	Municipalidad de BB	Libros usados y nuevos, vinilos, cómics, calcos, CDs	
Feria del Lago	Productores hortícolas y emprendedores	Parque de Mayo, sector del Lago de los Patos	Domingos de 14 a 18hs		Cáritas, INTA, UNS	verduras, artículos de decoración, cosmética natural, juguetes, plantas, joyería, alimentos	Funciona desde 2004
Feria del Puerto		Mercado del Puerto	Sábados y domingos		Consortio de Gestión del Puerto	Verduras y hortalizas, panificados, dulces, miel, huevos, quesos	
Feria Garage	Emprendedores	Se informa a través de su cuenta de Instagram				Ropa nueva y usada	

Feria Harding Green	Emprendedores	Villa Harding Green	2 veces al mes			panificados, verduras y hortalizas frescas, conservas, dulces, artesanías	
Feria Parque de la Ciudad	Emprendedores/Artesanos/as	Parque de la Ciudad (Castelli 3800)	Sábados, domingos y feriados largos, de 13 a 20hs	50	Municipalidad de BB.	Kiosco/almacén, Food Truck, indumentaria, perfumería, plantas, decoración, accesorios	Se realizan shows y espectáculos con artistas/bandas locales, y también bingos y sorteos.
Feria Parque Independencia	Emprendedores/Artesanos/as	Parque Independencia (Azara y Balboa)	Sábados, domingos y feriados de 11 a 20hs	Más de 100 Emprendedores	Municipalidad de BB	Indumentaria, accesorios, perfumería, herramientas, plantas, decoración, panadería, Food Truck	Funciona desde 2008
Feria Paseo Alem	Emprendedores	Club Estudiantes (Angel Brunel 50) y Club Olimpo (Colón y Angel Brunel)	Dos domingos por mes, entre las 14 y 19hs	120		Indumentaria, accesorios, cosmética, panadería, pastelería, decoración, plantas, perfumería y ropa interior	Se realizan sorteos durante las ferias
Feria Paseo de los Artesanos	Artesanos/as	Plaza Rivadavia (sobre calle Alsina)	Viernes, sábados y domingos a partir de las 17hs.	Más de 40 Emprendedores	Municipalidad de BB	Artículos artesanales: pulseras, collares, tejido, crochet, cuadros, elementos hechos en madera, alambre, etc.	Se realizan convocatorias de artistas/bandas locales. Se realizan encuentros provinciales y nacionales de artesanos
Feriarte		Rosario y Cuyo	Fines de semana		Municipalidad de BB		

Furias Feria	Emprendedores, con énfasis en la comunidad LGTB y mujeres en situación de vulnerabilidad			10	Asociación Civil Furia	En especial ropa usada	
Impulso Feria	Emprendedores	Distintas ubicaciones (+info en Instagram)	Sábados y domingos	Alrededor de 60 emprendedores		Bazar, cerámica, juguetes, cosmética, ropa interior, Food Truck, indumentaria, perfumería, plantas, decoración, accesorios, libros usados y nuevos	En ocasiones, organiza shows. Funciona desde 2012

Fuente: elaboración propia en base a información recolectada de diverso origen. Nota: se trata en todos los casos de estimaciones con fuentes secundarias, de modo que debe tomarse como una primera aproximación empírica.



Fuente: elaboración propia en base a mapa de Bahía Georeferenciada <https://www.bahia.gob.ar/mapas/>

En total, contabilizamos 21 ferias de funcionamiento regular en la ciudad. En el mapa anterior podemos observar su ubicación. Salvo la del Puerto, Cosa de Mujeres, Danubio y El Encuentro de Pato, la mayoría se desarrollan en la zona centro-norte-noreste de la ciudad donde el nivel

adquisitivo de la población es mayor. No localizamos estas actividades de manera asidua en todos los barrios, lo que no quiere decir que no existan. Tal vez, no son tan frecuentes como en los sitios señalados, sino esporádicas. Algunas van rotando de ubicación y barrio donde se realizan, en función de estrategias de aumento de venta, de atracción a otro público o de incremento de la publicidad.

Como se puede notar, abarcan una amplia variedad en cuanto a los productos ofrecidos o la cantidad de feriantes involucradas/os, entre otras dimensiones. La más grande por tamaño es también una de las más antiguas, la feria “El Encuentro de Pato”, que reconoce una larga trayectoria de funcionamiento desde 2008⁶. Algunas personas que participan allí pasaron por clubes de trueque, del mercado de pulgas de la Estación Sud y fueron dejadas de lado cuando la Municipalidad buscó relocalizar en el Parque Independencia (actualmente en funcionamiento)⁷. Esta última, junto a las del Galpón y de Paseo Alem le siguen en tamaño. Las ferias más pequeñas reúnen a una decena de feriantes. La feria más antigua es la del Lago, que existe desde 2004.

En la actualidad, ninguna feria responde a la lógica del trueque, o al menos no en sentido general, aunque esta situación no implica que a veces se realicen alguna clase de estas formas de transacciones entre los feriantes. En al menos 5 ferias, la municipalidad interviene en la organización de manera más o menos directa, sin perjuicio de la relación que tiene con otras que funcionan en espacios públicos (habilitación, control, etc.). En la Feria del Lago, confluyen diversas organizaciones: a los primeros feriantes se sumaron los productores hortícolas de un programa de Cambio Rural auspiciado por el INTA (PROSAUCHI, Productores del Sauce Chico), y con ellos también tiene cierta gravitación la referida institución estatal. También colaboran en la organización Cáritas Bahía Blanca y la cátedra de extensión de la carrera de Ingeniería en Agronomía de la UNS. Asimismo se observa que otras 4 ferias están asociadas a clubes o entidades sociales sin fines de lucro. En otros casos, encontramos solo pocas personas articulando entre sí.

Algunas reúnen una amplia diversidad de artículos, mientras que otras se encuentran más enfocadas, en general en productos alimenticios o artesanales. No todas aceptan la reventa de artículos usados o de segunda mano, algo que era normalidad en las antiguas ferias de trueque. Como señalamos en la sección anterior, algunas ferias buscan ofrecer solo producción artesanal propia, bajo una identidad más vinculada al emprendedorismo. Esta definición suele rehuir de una integración más amplia como parte de la economía popular, a pesar de poder compartir características. Esta identidad no resulta trivial para la relación entre feriantes, con el público consumidor y con las autoridades. Tal como lo expresó una entrevistada, “buscamos una estética común”. De cierto modo, hay una búsqueda por diferenciarse de otras ferias -en especial, de las que sí aceptan reventa o usados-. Con todo, no se trata de una separación taxativa, pues algunas muestran ambos componentes. Los alcances de esta distinción deberán ser materia de investigación futura.

Mientras que en 5 ferias la venta de productos alimenticios es el centro neurálgico del espacio (del Puerto, Harding Green, del Lago, de la Economía Popular y agroecológica del Boronat), en otras 5 ocupa un lugar accesorio, centrado especialmente en el consumo en el lugar (Estamos de feria, El Galpón, Parque de la Ciudad, Parque Independencia y Paseo Alem). Esto puede ser un aliciente para acercar consumidores en la lógica del paseo, menos centrada en la resolución de necesidades de abastecimiento. En el caso de El encuentro de Pato, se combinan ambas lógicas. En la mitad de las ferias relevadas, sin embargo, no hay información que indique que la venta de productos alimenticios juegue algún rol claro.

⁶ Dicha feria es objeto de estudio de la investigación en curso para acceder al Doctorado en Ciencias Sociales (UBA) de la Mg Dévora Eliosoff.

⁷ Para una breve historia de esta feria ver Eliosoff e Irisarri (2021).

En algunos casos, la feria se aprovecha para otras actividades, como en el caso de la del Boronat, donde se desarrollan a su vez talleres y prácticas como yoga o reiki. En la del Parque de la Ciudad se organizan bingos y recitales. La feria Impulso también brinda shows y recitales. El Paseo de los Artesanos organiza espectáculos, además de encuentros nacionales de artesanos. Es decir, el espacio de reunión es aprovechado para otras actividades, que a su vez resultan convocantes. Tal como con la comida, estas actividades permiten ampliar el público potencial al que se alcanza, incrementando su notoriedad.

Vale destacar que la difusión de las distintas ferias relevadas por parte de las autoridades locales en forma oficial es más bien escasa. No todas están reconocidas o son difundidas desde la Municipalidad, posiblemente constreñida por la definición operativa que utiliza para comprenderlas (ver sección anterior). De este modo, el esfuerzo de difusión reposa centralmente en quienes participan de la propia feria, y en especial de quienes organizan. En general, se espera que los y las propias feriantes colaboren en esta difusión, tarea en la cual no siempre se involucran: en una de las entrevistas realizadas, la persona organizadora presentaba su preocupación en este respecto, sostenía que, sin la ayuda de difusión de cada feriante, se hacía difícil impulsar al conjunto. Esto es especialmente cierto cuando la feria no ocupa un espacio público, sino uno cerrado, al cual hay que dirigirse de manera expresa.

En relación a la difusión, el manejo de redes sociales es clave. Muchas ferias avisan de manera virtual las fechas y lugares de encuentro, que no son fijos. Justamente, no todas funcionan siempre en el mismo espacio en todas las ocasiones, sino que rotan de ubicación. En otros casos, no son las ferias sino quienes participan -feriantes- quienes combinan la actividad de venta virtual con la presencialidad. Debe remarcar este aspecto, puesto que en la ciudad funcionan varias redes de compra-venta virtual -Facebook presenta al menos tres grupos de esta índole-. Las ferias relevadas no operan solo en la virtualidad, sino que tienen instancias presenciales de encuentro. Las redes meramente virtuales operan bajo la actividad individual, ofreciendo simplemente una plataforma común de exposición de bienes y servicios.

Hay diversos modelos de gestión de las ferias. Desde la Municipalidad, se puede notar un fuerte impulso de las ferias del parque De la ciudad e Independencia. Revisando noticias vinculadas a ferias en la página oficial, se encuentran 14 referencias a cada una de ellas en el período septiembre-diciembre⁸. Le siguen en relevancia la feria del Paseo de la Mujer (“Alfonsina”) y Feriarte (que funciona en Cuyo y Rosario), con 5 menciones. Finalmente, con 4 menciones está la feria en el Parque de Mayo, especialmente en la arcada de ingreso. El resto no tiene menciones en ese período.

En general, la organización está a cargo de una persona o grupo familiar que centraliza las decisiones. En ciertas ferias, esta persona o equipo promotor, establece las pautas de la convocatoria, lugar y fecha en que se llevarán a cabo, de tal modo que los y las feriantes lo toman como un hecho consumado. Cuando la feria funciona en un espacio cerrado, el grupo organizador negocia las condiciones de ocupación del lugar. Si, en cambio, se trata de un espacio público, se coordina con las autoridades municipales estas determinaciones. Solo en una de las ferias relevadas -que es justamente una de las grandes por su cantidad de participantes (El Encuentro de Pato)- donde, a pesar de que la organización también está centralizada, algunas tareas vinculadas al funcionamiento están delegadas en otras personas para coordinar mejor la dinámica, así como velar por la comodidad de feriantes y el público en general. Esta es una feria que está ubicada en espacios que fueron cedidos por Vialidad Nacional a la Municipalidad y tiene permiso provisorio para su funcionamiento, en una historia de acuerdos, avances y retrocesos -que llevó incluso en una oportunidad a su desmantelamiento de la feria por orden de autoridades municipales-.

⁸ Búsqueda en <https://noticias.bahia.gob.ar/page/2/?s=ferias>

La organización de las ferias implica tiempo y costos. Los tiempos que destina la persona o equipo de organización pueden o no ser remunerados (en nuestro trabajo de campo no hemos constatado que lo sean), pero en cualquier caso tienen un efecto en términos de prestigio e influencia en la toma de decisiones, que reposa en definitiva en cierto poder al interior de la feria -definir quiénes participan, dónde se ubican, resolver conflictos, etc.- y en la relación con las autoridades públicas.

Respecto de los costos incluyen diversos rubros, entre los cuales se pueden señalar los pagos de alquiler por espacio de la feria, de traslado de mercadería o de estructura necesaria para funcionamiento: gazebos, stands, sonido, iluminación, baños químicos, limpieza en general, seguros, tasa municipal por uso de espacio público o alquiler de salón, etc.). Para el pago de estas erogaciones, no resulta extraño el cobro de un canon a quienes participan como feriantes. Estos pagos no son siempre explicitados con claridad, pues no en todos los casos hay una clara política de rendición de cuentas (destino de los fondos recaudados). Esto no significa que haya ningún tipo de malversación, sino más sencillamente que no se sigue un esquema donde los/as feriantes delegan la tarea y quieren auditarla, sino que se abona bajo confianza depositada en los resultados: que la feria funcione.

En otros casos, la organización recae sobre el conjunto -o la mayoría- de quienes la integran, pero se van rotando la ejecución de tareas. Dos ferias de producción agrícola local funcionan de este modo. Una es relativamente nueva -funciona desde 2020- y pequeña -16 a 28 feriantes-, especializada en productos agroecológicos (la que se desarrolla en el Parque Boronat) y la otra cuenta con larga trayectoria, vinculada a productores locales del cinturón peri-urbano (Feria del Lago)⁹. En el primer caso, además, se delegan funciones de coordinación por áreas (se mencionó en la entrevista las áreas de verduras y cosmética natural), para garantizar el abastecimiento en la feria de los productos más representativos. El ingreso de nuevos/as integrantes en este caso se realiza por el voto unánime de quienes ya participan. Este caso muestra un elevado grado de organización, al punto de haber logrado la conformación de una cooperativa, CAPES, que ya está en actividad e inscripta legalmente. Detrás de este ánimo organizativo está el hecho de que la feria del Boronat tiene un objetivo que la excede. Se trata de la difusión de la producción sostenible, a nivel social y ambiental.

“Nosotros siempre dijimos que el fin último de la feria era hacer el supermercado agroecológico de Bahía Blanca”, dijo la entrevistada de esta feria. “Yo creo que todos desde la feria, cada uno desde su puesto, tiene la misma misión, no solo de vender un producto en particular, sino de enseñar por qué somos agroecológicos, por qué no es lo mismo que orgánico, por qué levantamos esa bandera y no otra. Teniendo muy en claro que una de nuestras grandes misiones dentro de la feria es educar”, amplía la misma persona. La cooperativa aparece como fin último de la feria.

En ese punto, se encuentra cierta similitud con otra que se organiza de manera colectiva. Se trata de Furiar feria, que se organiza para recaudar fondos para acciones de servicios socio-comunitarios, para facilitar la compra de indumentaria a precios accesibles y también permitir a emprendedores/as mostrar sus producciones. En este caso, diversos aspectos de la feria se mezclan con los de la asociación civil que la organiza, en cuyo marco se toman las decisiones a través de asambleas y voto. Las personas que participan de la misma no necesariamente se involucran en la propia organización, aunque son consultadas por diversas vías para definir por ejemplo el día que se realiza la feria o la distribución de ciertas tareas.

Además de la heterogeneidad encontrada en torno a su organización, otro aspecto interesante que se ha relevado es que no todas las personas participan de las ferias con las mismas motivaciones.

En algunos casos, efectivamente es una instancia relevante para concretar ventas, que componen

⁹ Al respecto, ver Alamo, Gutiérrez Moiola y Nieto (2023) y De la Fuente, Hang y Larrañaga (2020)

una parte significativa del ingreso total del hogar. En otros, la participación en la feria es una estrategia de exposición, una suerte de publicidad, que sirve para que la venta se concrete por otra vía (en un local o por vía virtual). En este último sentido, tiene una función similar a los showrooms que se multiplican como espacios para mostrar la mercadería por períodos de tiempos acotados, no de manera permanente. Justamente, las ventas en las ferias pueden ser un complemento de otras transacciones, como canales cortos de comercialización (armado de paquetes por pedido), local con atención al público, ventas en línea o desde el lugar de producción (hogar o taller).

En no pocos casos, la venta en ferias es un complemento de ingresos que no tiene relación con la actividad que es la principal fuente de ingresos de ese/a feriante. Puede que trabaje de forma asalariada o independiente, y se suma a ello la venta en ferias como un ingreso extra, en tiempos remanentes. De este modo, no es una actividad principal, sino una suerte de refuerzo. En este orden, cobra especial sentido el funcionamiento en días del fin de semana, que permiten combinar la actividad principal con la participación en la feria. En estos casos, es más factible que la actividad productora para la feria no solo tenga una orientación a la generación de ingresos sino cierta búsqueda de realización personal, sea porque se trata de una actividad valorada como creativa, como relajante o porque permite momentos de encuentro con otras personas con intereses similares.

Esto último es realmente central: para muchas personas no hay una motivación centralmente económica para participar de ferias, sino que son una razón para quebrar la cotidianidad. Y esto no es solo cierto para sectores sociales con cierto nivel socio-económico más o menos comfortable, también lo es para sectores populares, que muchas veces no pueden encontrar estos aspectos como destacables en su ocupación principal. De hecho, es un aspecto que se visualiza en especial como valioso entre mujeres, pues les permite quebrar la normalidad asociada a la gestión económica del hogar y las tareas reproductivas. En este sentido, no todas las personas que participan tienen necesariamente un ánimo de maximizar ganancias o volumen de ventas, puesto que el objetivo está centrado en otros aspectos no económicos¹⁰.

No siempre se trata de actividades individuales sino en algunos casos hay un acompañamiento de otros integrantes de la familia o de amistades en la participación de las ferias. Se complementan las acciones (contables, creativas, de transporte, de cuidado, según posibilidades y habilidades), se alternan en la atención en las funciones, se sostienen mutuamente.

Un hecho interesante de remarcar es que en varios casos identificamos ferias que participan de otras. En general, se trata de grupos pequeños que pueden sumarse a iniciativas más amplias o a convocatorias puntuales que les lleguen, siempre que les resulte apropiado (así fue señalado por ejemplo en las entrevistas a la feria del Boronat y Furias). Esto hace que no siempre haya una dinámica totalmente autónoma: en algunos casos, hay soporte mutuo.

Comentarios finales

Este documento de trabajo se elaboró con base en la investigación desarrollada entre julio y noviembre de 2023, buscando una primera aproximación a las ferias que funcionan de manera regular en Bahía Blanca. Tras reunir diversas estrategias metodológicas, reunimos información sobre 21 de ellas que se desarrollan en la ciudad, de características muy diversas.

¹⁰ Esta observación es aplicable a otros emprendimientos de la economía popular, en especial, aquellos centrados en cuidados (catalogados en general como servicios socio-comunitarios), donde el objetivo no está en la propia actividad económica, sino en cuestiones de sociabilidad, autonomía y protección

La más antigua es la Feria del Lago, que existe desde 2004, que funciona con una lógica de asambleas y tiene el apoyo de diversas organizaciones sin fines de lucro. Las dos que le siguen en antigüedad son las del Parque Independencia y la de Encuentro de Pato, que nacieron en 2008 en espejo: la primera organizada desde la Municipalidad y la segunda auto-gestionada entre quienes quedaron fuera de la primera. Esta última es de hecho la más grande en tamaño. Son una reconversión del antiguo "mercado de pulgas" que funcionaba en Estación Sud, a su vez originada en los clubes de trueque organizados a finales de los años '90. Basado en aquellas experiencias proviene la regulación municipal aún vigente (Ordenanza 11.947 de 2003). En la actualidad, ninguna feria responde a la lógica del trueque, al menos no en sentido general.

La Municipalidad interviene en la organización de al menos 5 ferias, independientemente de otorgar permisos de funcionamiento a otras. En otros casos, participan otras entidades sin fines de lucro, incluyendo al INTA, la UNS, Cáritas y diversos clubes y sociedades de fomento. La Municipalidad tiene una labor limitada en cuanto a la difusión. En general, esta depende de quienes organizan, que reposan en redes sociales para dar a conocer fechas y lugares de funcionamiento. Esto se combina con las propias estrategias de difusión de las personas que participan como feriantes.

Hay gran variedad en los productos y servicios que se comercializan. Algunas ferias buscan ofrecer solo producción artesanal propia, bajo una identidad más vinculada al emprendedorismo. Esta definición suele rehuir de una integración más amplia como parte de la economía popular. Una de las formas de distinguirse es la prohibición de comercializar artículos de segunda mano, usados, o reventa. De todos modos, no se trata de una separación taxativa. En 5 ferias se venden alimentos para consumo en el lugar, como estrategia de atracción de público, mientras que otras 5 están centradas en la venta de alimentos. En al menos 3 ferias se organizan actividades y espectáculos para convocar personas.

Solo en 3 casos identificamos una organización colectiva de la feria, donde todas las personas colaboran en la gestión y la toma de decisiones. En la mayoría de los casos, esto reposa sobre un grupo reducido o una persona, que se encarga de resolver estas cuestiones. No encontramos evidencia que se trate siempre de una tarea remunerada, pues la misma viene acompañada de cierto prestigio que se traduce en poder para decidir sobre el funcionamiento e influencia para negociar con autoridades públicas. En general, se cobra un canon por la participación, en valores que pueden cambiar en función de si solo se destinan a los costos de organización o también remuneran la tarea de gestión. Asimismo, el pago del canon puede funcionar como una limitante para determinado tipo de feriantes.

Esto remite a la cuestión de las ferias como parte de la economía popular, vinculada a estrategias de reproducción material de la vida, ante la cual algunas buscan distinguirse. Para ello, recurren a la figura del/a emprendedor/a, como individuos (o incluso microempresas) que sólo confluyen en el aspecto comercial. En este sentido, la feria sería apenas un espacio más para visibilizar su producto o servicio, dentro de una estrategia más amplia.

En otros casos, la participación en la feria viene a ser un refuerzo de ingresos, que puede ser una actividad vinculada o no a la fuente principal del hogar. En estos casos en especial, la participación suele ser vista como una actividad de realización personal y de encuentro. No hay en estos casos un eje en maximizar el volumen de ventas o las ganancias, sino una intención extra-económica. Hay algunas, de hecho, que están completamente organizadas en este sentido, como el caso de Furias o la agroecológica del Boronat, que buscan difundir ciertos valores o propuestas, más allá de la propia feria. El objetivo rebasa a la propia feria, que tiene mucha relevancia pero en un planteo más general.

Como se puede notar en estas breves notas, encontramos amplia variedad de características entre

las ferias de la ciudad. Resulta central poder establecer una semblanza que permita captar las diferencias y similitudes, de tal modo que sea posible potenciar su actividad. Puntualmente, resalta la necesidad de readecuar la normativa local acorde a los tiempos que corren y poder, a partir de ello, elaborar políticas públicas apropiadas.

Referencias

Alamo, Matías; Gutiérrez Moiola, Leandro y Nieto, María Belén (2023), “Dinámicas de comercialización de la agricultura familiar periurbana en Bahía Blanca”, *Revista de Ciencias Sociales* 13(43), p. 27-44.

Abramovich, Ana Luz y Vázquez, Gonzalo (2003), *La experiencia del Trueque en Argentina: otro mercado es posible*. Seminario de Economía Social, Instituto de Estudios y Formación de la CTA. Disponible en <http://biblioteca.municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/41-Laexpttrue.pdf>

Abramovich, Ana Luz y Vázquez, Gonzalo (2007), "Experiencias de la Economía Social y Solidaria en la Argentina", *Estudios Fronterizos*, 8(15), p. 121-145. Disponible en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-69612007000100005&lng=es&nrm=iso

Concejo Deliberante de Bahía Blanca (2003), Ordenanza 11.947.

Becher, Pablo (2018), *El Movimiento de Trabajadorxs desocupadxs en Bahía Blanca*, Bahía Blanca: CEISO.

Busso, Mariana (2005), “Trabajo informal: entre teoría y experiencia”, *Anales de las Terceras Jornadas de Investigación en Antropología Social*, Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires.

Busso, Mariana (2011), “Las ferias comerciales: también un espacio de trabajo y socialización. Aportes para su estudio”, *Trabajo y Sociedad*, XV(16), p. 105-123. Disponible en <https://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/16%20BUSSO%20Ferias%20Comerciales.pdf>

Cantamutto, Francisco (2018), “Bahía también se autogestiona”, en Emilce Heredia Chaz (coord.), *La tercera fundación de Bahía Blanca: la ciudad en la transformación neoliberal*, Cuadernos de Historias del Sur Bonaerense N° 6, EDIUNS, Bahía Blanca, pp. 65-70.

De la Fuente, Laura; Hang, Guillermo y Larrañaga, Gustavo (2019), “Los circuitos cortos de comercialización: un elemento movilizador de la economía social y solidaria”, en II Congreso Nacional de Economía Social y Solidaria, Universidad Nacional de Quilmes, 16, 17 y 18 de septiembre. Disponible en http://observatorioess.org.ar/wp-content/uploads/2020/10/Eje-3-completo_8.pdf

Eliosoff, Dévora e Irisarri, Jimena (2021), “El espacio de la feria urbana: dinámicas, vínculos y conflictos. Análisis de caso en Bahía Blanca”, en XIV *Jornadas de Sociología*. “*Sur pandemia y después*”, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales. Disponible en http://jornadasdesociologia2021.sociales.uba.ar/wpcontent/uploads/ponencias2021/1859_227.pdf

Fernández Mayo, Manuela (2009), “El trueque solidario: una estrategia de supervivencia ante la crisis argentina de 2001”, *Revista pueblos y fronteras digital*, 4(7), p. 5-29.

Frade, Carlos (2007); “Gobernar a otros y gobernarse a sí mismo según la razón política liberal”, *Reis*, (119), p. 35-63.

Gago, Verónica (2014), *La razón neoliberal. Economías barrocas y pragmática popular*. Buenos Aires, Tinta Limón.

González Bombal, Inés; Leoni, Fabiana y Luzzi, Mariana (2002), “Las nuevas redes sociales: los clubes del trueque”, Seminario Internacional "Respuestas de la Sociedad Civil a la Emergencia Social: Brasil y Argentina Comparten Experiencias", Universidad de São Paulo De Brasil, 4 de noviembre de 2002, disponible en <https://repositorio.cedes.org/bitstream/123456789/4038/1/5132.pdf>

Mazzeo, Miguel y Stratta, Fernando (2022), *¿Qué es la economía popular? Experiencias, voces y debates*; Buenos Aires : Editorial El Colectivo.

Municipalidad de Bahía Blanca (2023), Bahía geo-refrenciada, disponible en: <https://www.bahia.gob.ar/mapas/>

Moulian, Tomás (1998), *El consumo me consume*, Santiago de Chile: Lom Ediciones.

Ovalles, Eduardo (2002), “Argentina es el país del mundo en el cual el fenómeno del trueque tiene mayor dimensión social”, *Nueva mayoría*, 8 de mayo de 2002

Roitman, Roberto (2020), *¿Exclusión o reconocimiento? La economía popular argentina en la Revolución 4.0*, Beccar: Poliedro Editorial; Mendoza: EDIUNC.