

7° CONGRESO NACIONAL DE ESTUDIOS DEL TRABAJO- ASET- 2005

**SE VENDE EL PASADO**

**La “feria paralela” de Parque Lezama**

**Autores:**

- Bárbara Altschuler: [altbar@fibertel.com.ar](mailto:altbar@fibertel.com.ar) . FLACSO: Ayacucho 551, Ciudad de Buenos Aires. Instituto Federal de Asuntos Municipales, Ministerio del Interior: Alem 168 6°. CF.

- Cristina Jiménez: [cjimen@hotmail.com](mailto:cjimen@hotmail.com). Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI): Alem 1067, 7°. Ciudad de Buenos Aires.

## 1- INTRODUCCIÓN

Las ferias “polirubro” como la que analizamos en este estudio fueron creciendo en forma constante a partir de las transformaciones profundas económicas, políticas y sociales de las últimas décadas en nuestro país. Tales transformaciones y sus consecuencias determinaron el quiebre con el mundo del trabajo y la sociedad salarial tal como la conocíamos hasta entonces, y desembocaron en el estallido de una crisis sin precedentes en diciembre de 2001. A partir de entonces las ferias se multiplicaron en forma exponencial, en el marco de un resurgimiento importante de toda la llamada “nueva economía social”, en tanto conjunto de estrategias de supervivencia de las clases populares y medias empobrecidas caracterizadas por la construcción de espacios comunitarios, asociativos y autogestivos para la generación de ingresos y recursos de distinto tipo.

A casi cuatro años de estallada la crisis y de surgida la llamada “Feria paralela del Parque Lezama”, ubicada en el límite entre los barrios de San Telmo y la Boca de la Ciudad de Buenos Aires, la misma presenta un gran vigor, ha crecido en número de feriantes, calidad y cantidad de productos, ha pasado del “piso al puesto” a través de la intervención de la Mutual Alternativa de Trabajo -que representa a diversas ferias de la Ciudad de Buenos Aires- y se encuentra negociando el uso del espacio público con el Gobierno de la Ciudad.

Las preguntas que motivan y orientan el estudio, en tanto investigadoras en la temática y vecinas del Parque, se relacionan con la trayectoria laboral y de vida de los feriantes y con el tipo de objetos que ofrecen. La *mercadería* que se muestra materializa un pasado que se vende.

La feria, en tanto estrategia de supervivencia de sectores excluidos y empobrecidos, resulta un ámbito social donde convergen historias de vida y objetos diversos, una suerte de *mosaico* resultante de la “descomposición” de la sociedad salarial. Más que la *fragmentación* de los sectores populares a la que normalmente se alude, la feria *pone en escena su atomización*. Asimismo, nos preguntamos por la sostenibilidad y el “éxito” de la feria en tanto estrategia laboral y de supervivencia, la significación social del

fenómeno y el debate sobre su encuadre dentro de la frontera difusa entre la economía social y la informal.

Realizamos para ello una caracterización general de los feriantes y la actividad desarrollada: perfil socio económico, motivaciones y perspectivas, objetos ofrecidos y su procedencia, ingresos obtenidos y características de la actividad. Nos centramos en las estrategias de supervivencia, las trayectorias laborales y de vida, así como en la dimensión social y organizativa de la feria en su conjunto. Además, si bien el propósito no es realizar un análisis desde la perspectiva de género, algunos resultados nos llevan a considerar esta variable a lo largo del trabajo, sobre todo en relación a las actividades laborales anteriores y actuales de los/ as feriantes, donde se advierte nítidamente la segmentación del mercado laboral sobre la base de identidades de género.

El estudio de caso contempla una metodología cuali-cuantitativa que incluye la realización de encuestas a feriantes a partir de una muestra aleatoria de 30 casos, la realización de entrevistas en profundidad a delegados y representantes de la mutual, la observación participante y el registro fotográfico de los objetos, escenarios y secuencias.

## **2- DESARROLLO**

### ***Origen y aspectos organizativos de la feria: del “piso al puesto” de trabajo***

La feria que hoy se conoce bajo el nombre de “Paseo de compras del Parque Lezama” irrumpe después de la crisis de 2001 como “cola de feria” o “feria paralela” de la ya existente feria de artesanos en el barrio de San Telmo. Es preciso ubicar que esta irrupción se da en el marco de un fenómeno más amplio y complejo de ferias informales y clubes de trueques que surgen a partir de la crisis sobre todo en el Conurbano Bonaerense. En la ciudad de Buenos Aires, por ejemplo, este fenómeno “toma” algunos espacios tales como Parque Rivadavia, Centenario, Patricios, Saavedra y Mataderos.

Desde ese entonces, durante todos los fines de semana y feriados hasta febrero del presente año, los feriantes instaban informalmente sus puestos sobre el suelo, en las calles internas y en los espacios verdes del parque. En estas condiciones, la presencia de los puestos era percibida por algunos vecinos –conviene destacar que muchos otros

vecinos son también feriantes y clientes- como una usurpación del espacio público. Los principales aspectos de la protesta vecinal consistían en no poder utilizar el parque los fines de semana, el deterioro que sufrían los espacios verdes y la falta de limpieza una vez levantada la feria.

La tensión entre los feriantes -quienes no dejaron de asistir y que además crecían en número- y los vecinos que se organizaban para tomar medidas en contra, se mantuvo hasta la aprobación del Código de Convivencia de la Ciudad de Buenos Aires a fines de 2004, que prohíbe la ocupación de los espacios verdes y que conduce al desalojo de los feriantes a comienzos del 2005. Este conflicto promueve un proceso de organización con el objetivo de evitar la expulsión y conservar la actividad que habían iniciado.

A partir de entonces se puede señalar un punto de inflexión sustantivo que llevó a la configuración actual de la feria. Como primera medida, un grupo de diez feriantes conforma una comisión que reúne firmas para reclamar ante la Legislatura del Gobierno de la Ciudad, pero al no poseer una personería jurídica la iniciativa no puede concretarse. Frente a esta dificultad, la comisión recurre con las firmas a la **Mutual “Alternativa de Trabajo”** que se hace responsable del **“Proyecto Parque Lezama”**. Dicha mutual se había conformado a partir de una situación similar ocurrida con la feria instalada en Parque Centenario, donde a raíz de las obras de enrejado de ese espacio, a fines de 2002, se había producido un desalojo. Frente a la inminente pérdida del espacio, un grupo de feriantes decidió conformar una organización no gubernamental. Sabían que era preciso contar con una figura jurídica para hacer frente a la situación y reclamar ante el gobierno municipal, para mantener y legalizar la iniciativa de la feria. Quienes impulsaban esta gestión decidieron organizarse bajo la figura de mutual, por considerarla “el tipo de organización más democrática”. En este inicio la conforman cinco delegados representantes de las ferias que fueron surgiendo en distintos espacios públicos en condiciones similares a las del Parque Lezama: Parque Rivadavia, Centenario, Patricios, Saavedra y Mataderos.

De este modo, cuando se produce el desalojo de la feria que nos ocupa, la feria que funcionaba en Parque Centenario ya lo hacía de manera organizada, con un permiso municipal y bajo un reglamento, como consecuencia de la intervención de la Mutual Alternativa de Trabajo creada para tal fin.

Con esta experiencia detrás, la mutual toma a su cargo la gestión del permiso ante el Gobierno de la Ciudad (para lo cual había que desarrollar el proyecto) y los aspectos organizativos de la feria del barrio de San Telmo. Las gestiones duran aproximadamente dos meses y el 5 de febrero de este año se inaugura la feria bajo un convenio suscripto entre la mutual y la Dirección de Espacios Públicos de la Ciudad de Buenos Aires que le permite a la feria funcionar por un plazo de 180 días y por un plazo renovable, el cual se encuentra actualmente en negociación.

Si la situación de desalojo marcó el punto de inflexión que desata este proceso, la intervención de la mutual significó el quiebre decisivo entre un antes y un después, tanto para los feriantes como para el entorno. Los aspectos legales y organizativos moldean lo que hoy se reconoce como la feria de Parque Lezama. Respecto al diseño general se establece el armado de 600 puestos agrupados en cuatro sectores de acuerdo a las veredas permitidas -Brasil, Balcarce, Paseo Colón y Martín García- y se designa por votación de los mismos feriantes un delegado por cada cincuenta puestos. Éstos tienen a su cargo el control interno de cada sector y funcionan como nexo entre los feriantes y la mutual. Los principales aspectos de la organización recaen en la extensión de permisos por puesto a partir del armado de un padrón de feriantes y en la puesta en vigencia de un reglamento interno donde se establecen las normas a cumplir por los mismos, el manejo de los puestos, los alcances de la feria en materia de productos permitidos para la venta y las pautas que atañen al funcionamiento general de la misma. Con algunas resistencias al principio, el reglamento debió ser firmado por todos los inscriptos en el padrón.

En cuanto a la gestión de los puestos, cada uno tiene un titular y se designa además a un suplente del mismo rubro que lo reemplaza en caso de que no pueda asistir. Asimismo existe una lista de visitantes que ocupan los puestos que quedan vacíos cuando no son ocupados antes de las 10 de la mañana por los titulares o suplentes, con lo cual se establece además un *horario de trabajo*. El armado material de los puestos<sup>1</sup> no es menor. El uso de una estructura de hierro y caballetes no sólo cambia la fisonomía de la

---

<sup>1</sup> El alquiler y armado de la estructura de puestos es terciarizado por la mutual y por eso tiene un valor para los feriantes por día de concurrencia. La estructura y el trabajo de instalación y desarme tiene un costo \$2,50 por puesto. Los feriantes deben pagar \$3 por día aunque a veces se hagan salvedades como es el caso de delegados y quienes hacen la limpieza y seguridad al final de cada día.

feria sino que modifica el vínculo de los feriantes con su trabajo y entre ellos. Este *pasaje del piso al puesto*, además de registrar el nombre en un padrón, firmar y acatar un reglamento, implica una nueva imagen para la feria que pudo ser reconocida como tal y un carácter de “legalidad” que reafirmó el sentido de pertenencia de los feriantes con la actividad. El pasaje del piso al puesto significó para muchos feriantes una manera “más digna” de trabajar. A partir de ahora tenían un “puesto” de trabajo.

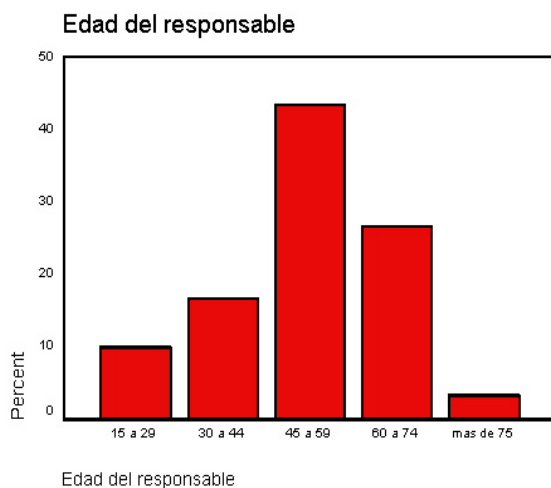
Desde luego, estos cambios liderados por la mutual<sup>2</sup> no fueron fáciles de legitimar entre los feriantes, quienes estaban habituados desde hacía ya tres años a ubicarse en el parque sin un reglamento de por medio, sin la obligación de pagar, de asistir ni de cumplir un horario, desplegando cada uno su estrategia personal. Sin embargo, a partir de esta nueva configuración de la feria se mantuvieron en general los mismos feriantes que estaban en el piso y se agregaron otros nuevos. Por otra parte, si bien el feriante compite por las ventas y por tanto persigue intereses individuales y a pesar de que reiteradamente los feriantes manifiestan la “falta de unión”, la organización de la feria desde la intervención de la mutual propició la noción de un todos, de un conjunto, sobre todo en relación al visitante que hoy la reconoce como tal.

### 3- ANÁLISIS DE DATOS

#### 3.1- Perfil de los feriantes

##### a) Sexo y edad de los feriantes

En primer lugar se visualiza una amplia mayoría de mujeres entre los feriantes, alrededor del 70%. Esto constituye un elemento característico de algunos emprendimientos de la economía social, y que coincide con la composición de género



de \$5 por mes y cuenta con unos 500 asociados de s de alimentos, consigue remedios, hace donaciones alididad cuenta con siete proyectos aprobados por la de la Ciudad. Por último, mencionaremos que la de Ley de Interferias para obtener una regulación poseen las ferias de artesanos. Además persiguen la eficiar a feriantes que necesiten reconvertir rubros, tos y también para ofrecer capacitaciones y ampliar

encontrada en estudios anteriores sobre Clubes del Trueque y Movimientos de Desocupados<sup>3</sup>.

En cuanto a la franja etárea, existe un predominio de las edades intermedias y mayores (el 43% tiene entre 45 y 59 años y el 26 % entre 60 y 74). Si bien se encuentran feriantes de entre 23 y 78 años, la media de edad es de 50 años. De este modo, el 73% de los feriantes tiene más de 45 años y tal como se deduce también de las entrevistas, esta característica refleja la composición fuerte entre los feriantes de personas pertenecientes a los “bolsones duros de desempleo”, asociados a la edad.

#### **b) Lugar de nacimiento y residencia**

Es muy destacable que el 60% de los feriantes sean originarios del interior del país, especialmente de las regiones Centro (principalmente Entre Ríos) NOA y NEA, mientras que solo un 13% son nacidos en la ciudad de Buenos Aires. Asimismo, un 17% corresponden a países limítrofes (Perú, Chile y Uruguay) y un 7% al conurbano bonaerense. La fecha de inmigración a la Ciudad de Buenos Aires no es reciente para la mayoría de los casos, ya que más del 55% llegó antes de 1970<sup>4</sup>, a la vez que un 35% llegó entre 1970 y 1990. Es decir si bien el componente migratorio es muy fuerte, la gran mayoría reside desde hace más de 30 años en la ciudad.

En cuanto al lugar de residencia actual, encontramos que la mayoría vive en barrios aledaños al Parque Lezama, que generalmente se reconocen como los más empobrecidos de la zona sur, tales como La Boca, San Telmo, Dock Sud- Avellaneda, Barracas y Constitución (en este orden, en total suman más del 70% de los casos). Sólo un 20% de los feriantes encuestados provienen de la provincia de Buenos Aires, especialmente del conurbano. Esto señala a la feria como una *estrategia fuertemente localizada* que lleva a considerar a una gran mayoría de los vendedores, como vecinos.

---

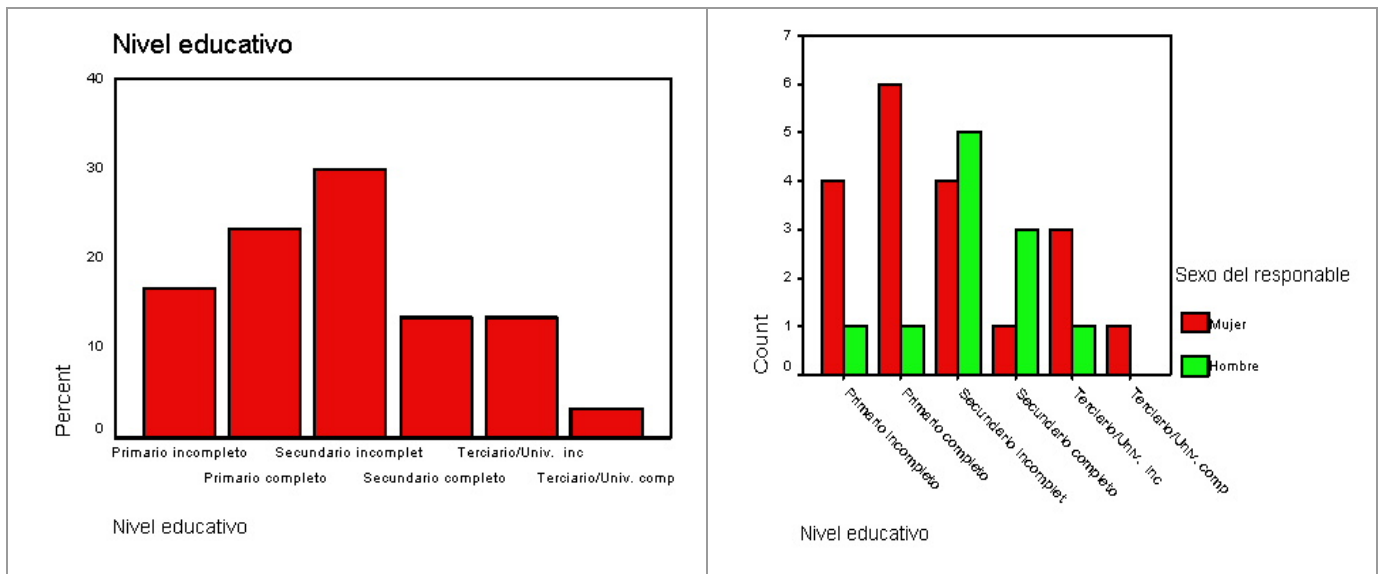
<sup>3</sup> Lic. Bárbara Altschuler y Lecaro Patricia, Políticas Sociales y Desarrollo Local. Dos experiencias diversas: Club del Trueque y Unión de Trabajadores Desocupados (UTD) de Mosconi. Congreso de Políticas Sociales: “Estrategias de Articulación de Políticas, Programas y Proyectos Sociales En Argentina” Universidad de Quilmes, 2002.

<sup>4</sup> Correspondiendo con el denominado periodo de acumulación de Industrialización por Sustitución de Importaciones, en el cual las ciudades representaban un fuerte atractivo en cuanto a creación de puestos de trabajo.

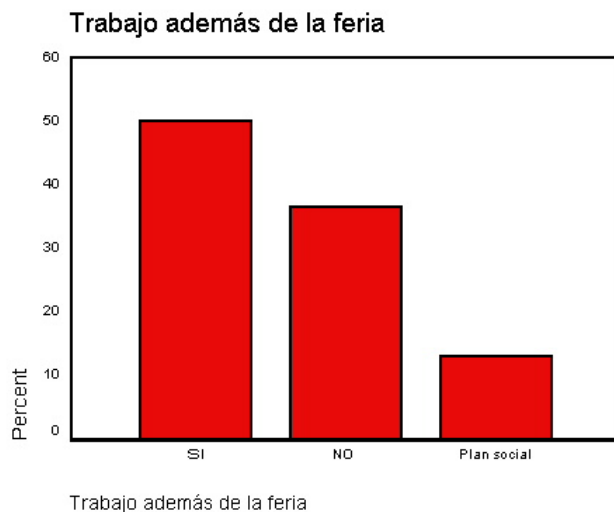


### c) Nivel educativo y actividad laboral

El 40% posee estudios primarios, completos o incompletos, igualmente un 43% tiene estudios secundarios. Relacionando esta variable con la de sexo, se puede señalar que entre quienes tienen primario, la mayoría son mujeres, mientras que entre los hombres son mayoría los que tienen estudios secundarios. Los datos indican además que casi un 20% inició estudios terciarios o universitarios.



Claramente la participación en la feria corresponde a una estrategia de complementación laboral y de ingresos ya que el 50% de los encuestados realiza además otras actividades laborales. Aquellos que no están trabajando (36%) en su mayoría buscan empleo (con lo cual se los considera como desocupados o subocupados), mientras que solamente un 13% posee un plan social de empleo tipo Jefes/ as de hogar.

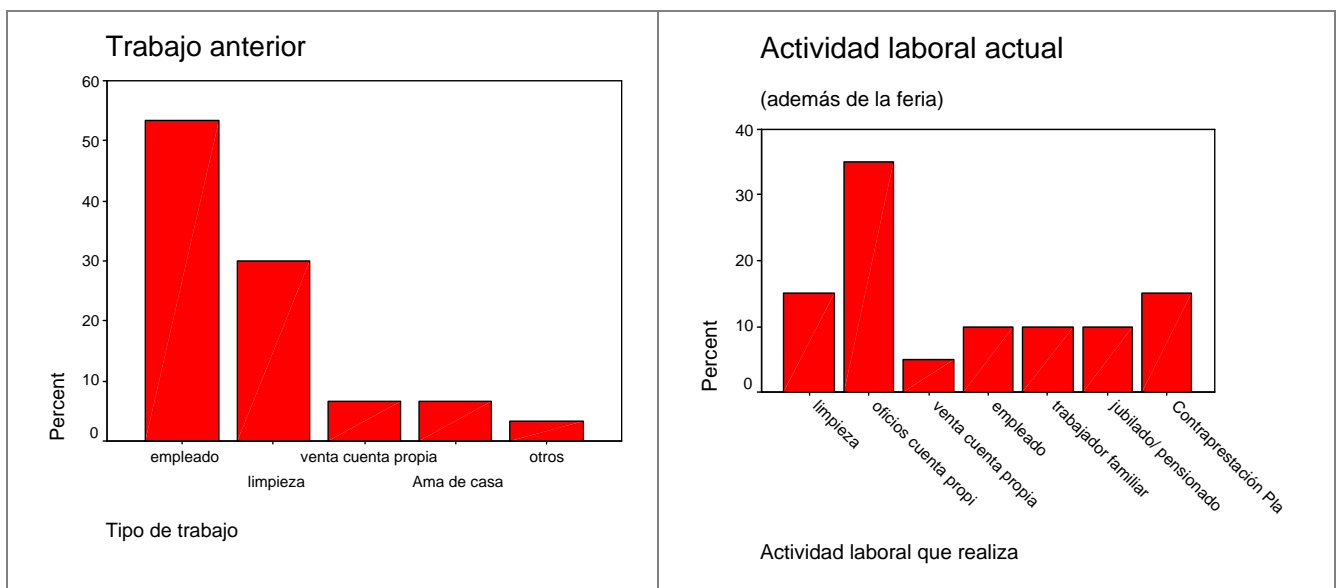


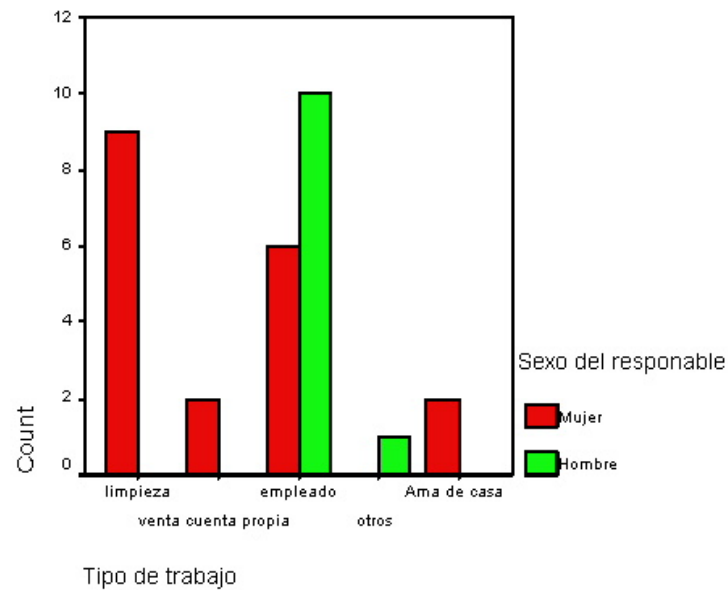
En cuanto a las **actividades laborales desarrolladas** por los feriantes además de la feria, encontramos una amplia mayoría de oficios considerados tradicionalmente dentro de la



economía informal, relacionados a “servicios personales” tales como oficios cuenta propia (35%), correspondiendo en la amplia mayoría a “changas” de electricidad, pintura, plomería y especialmente realizadas por hombres; limpieza, en casa de familia u oficinas (15%), generalmente por horas y realizado exclusivamente por mujeres; trabajadores familiares, en tareas como cuidados de chicos y ancianos y sólo un 10% de los encuestados poseen un trabajo en relación de dependencia, como empleado.

En cuanto a las **actividades laborales anteriores** de los feriantes -considerando las últimas actividades realizadas- se nota claramente un mayor componente de asalariados, tanto de la economía formal como precarios, en el caso de limpieza. Esto posee además una clara segmentación de género, donde el grueso de los hombres feriantes correspondían a empleados u obreros de la economía formal, en empresas públicas o fábricas, y la totalidad de las mujeres en trabajos asociados a la limpieza. En este último caso, conviene advertir que el trabajo de limpieza también se precarizó y en la actualidad se realiza principalmente por hora y con una demanda más reducida. Dato que puede asociarse a la pérdida de poder adquisitivo y “caída” de las clases medias que constituían una parte considerable de la demanda de servicios personales de este tipo.





### 3.2- Productos ofrecidos y demandados

#### a) Productos ofrecidos



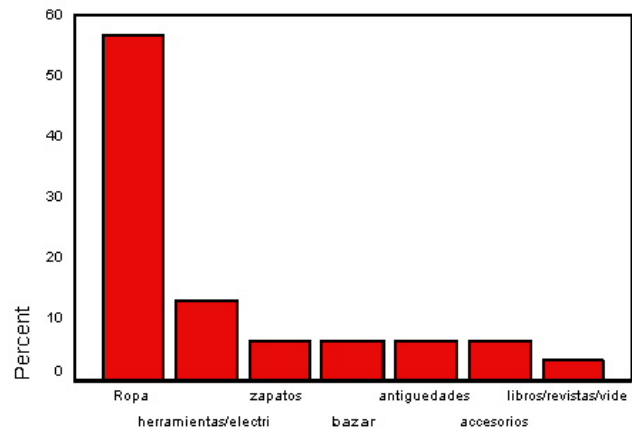
Si bien la mayoría de los puestos están caracterizados como “polirubro”, es decir que ofrecen una combinación de distintos productos, se deduce a partir del principal producto ofrecido que el porcentaje mayor está representado por la ropa (56.7%) seguido por la venta de herramientas y electricidad (13.3%). Consecutivamente se ubican puestos que venden principalmente zapatos (6.7%), bazar (6.7%), antigüedades (6.7%), accesorios –bijouterie de fantasía, medias, mercería, hebillas- (6.7%) y en un porcentaje menos significativo el rubro de libros, revistas y videos (3.3%)<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> El hecho de que el primer rubro de venta se asocie a la ropa, puede caracterizar a la mercadería dentro de los bienes de primera necesidad, como es la vestimenta dado que en esta feria, por razones sanitarias y de acuerdo a la normativa del Gobierno de la Ciudad, no está permitida la venta de alimentos, producto de gran presencia en otras ferias donde no está presente esta prohibición.



La ropa representa el producto “más dinámico” de la feria.

### Productos que vende



Productos que vende

Cabe aclarar que cada uno de estos rubros no es uniforme, al contrario, existen distintas variedades de productos en algunos de ellos. Especialmente se hace necesario diferenciar en el caso de la ropa, que representa el rubro más *dinámico*<sup>6</sup> de la feria, la presencia de puestos que ofrecen ropa exclusivamente de abrigo, de trabajo, para mujeres o destinada a niños. Asimismo, la ropa no sólo representa el producto más ofrecido y vendido, también se destaca como el **producto más comprado por los mismos feriantes** que se abastecen en la feria. El 80% de ellos realiza alguna compra en feria sobre todo de ropa (65%) y zapatos (13%). De este alto porcentaje de feriantes que compra en la feria, casi la mitad lo hace asiduamente (36.7%) aunque se trata más que de un abastecimiento sistemático, de compras de oportunidad para cubrir necesidades no sólo personales sino del grupo familiar (ropa para hijos, nietos, sobrinos). De aquí se desprende que la feria como estrategia de supervivencia no se basa solamente en la venta de productos, sino también en la posibilidad de adquirir productos en buen estado y de relativa calidad a un costo mucho menor que en el mercado formal, aumentando indirectamente el poder adquisitivo tanto de clientes como de feriantes.

<sup>6</sup> En el sentido de que presenta mayor circulación de mercadería por compra y venta.

## b) Formas de abastecimiento de mercadería

Existen diferentes modalidades de abastecimiento de puestos. La mayoría compra los **productos usados** (36.7%). Esto implica toda una serie de situaciones y relaciones precarias e informales, donde entran en juego otros circuitos de ferias, recolectores, cartoneros, recicladores, y donde en muchos casos -por ejemplo en el de antigüedades y juguetes- el gran protagonista es lo que puede llamarse “el mercado de la basura”, es decir, objetos que las clases de mayor poder adquisitivo tiran y que son revendidos y *resignificados* en estos mercados “paralelos” o alternativos. Un porcentaje también importante provee el puesto a partir de **pertenencias propias** (23.3%), es esta situación la que analizamos como “la venta del pasado”, donde se impone la necesidad de vender por *precio de remate*, pertenencias de un pasado, de clase media en muchos casos, por valores muy inferiores y al ritmo de la necesidad de pago de un impuesto o un alquiler, o de la subsistencia diaria.

En un porcentaje menor los productos son **comprados nuevos** (16.7%). En estos casos también intervienen otros circuitos de ferias como “La salada”, el “Once”, o mayoristas de la economía informal, que típicamente abastecen a los vendedores ambulantes, principalmente en rubros tales como ropa interior y accesorios. Una alternativa menor también son los **productos fabricados** por el titular del puesto (13.3%), generalmente se trata de pequeñas manufacturas como tejidos, confección de ropa o juguetes. Este elemento es el que distingue a *revendedores* de *artesanos o productores*<sup>7</sup>.

Otra alternativa para conseguir productos es la donación (6.7%) y en menor medida la obtención de mercadería como parte de **pago de indemnizaciones o deudas laborales** (3.3%). Esta última categoría, también es sintomática de la crisis del mundo del trabajo, ya que en muchos casos los productos provienen de negocios o talleres que cerraron o materiales, herramientas o ropa que se dieron como indemnización o forma de pago de salarios adeudados.

---

<sup>7</sup> El hecho de que la mayoría de los feriantes sean revendedores distingue claramente a este tipo de ferias respecto de la idea del “Prosumidor” productor- consumidor, que se intentaba imponer por ejemplo en algunos Clubes del Trueque o ferias típicamente de artesanos, por ejemplo.

Respecto de las **donaciones**, corresponden generalmente a ropa usada, libros, juguetes que se juntan entre la familia, o entre vecinos, o bien en los lugares de trabajo como es el caso de las mujeres que trabajan en limpieza.

De manera idéntica a los rubros ofrecidos, las modalidades de abastecimiento también se combinan y los datos expuestos se deducen a partir de la principal modalidad mencionada en cada caso. La manera más característica de abastecimiento es la combinación de la compra de usados con la venta de pertenencias. Esto puede leerse como una estrategia de *diversificación*, tanto en los productos vendidos como en las formas de abastecimiento. Tal como indican muchos de los feriantes el armando del puesto para cada fin de semana, implica trabajar todos los días y eso requiere desplegar distintas estrategias para sostenerlo.

Se puede establecer una correspondencia entre el tipo de producto y la modalidad de abastecimiento. Por ejemplo, existe una marcada tendencia de los puestos que se dedican a la venta de antigüedades a abastecerse a partir de la compra de usados, en muchos casos comprada a recolectores de basura informales y cartoneros. Los puestos de ropa, por la variedad ya descripta, combinan las distintas modalidades sin que se destaque ninguna en particular. Para el caso de los puestos de herramientas se trata mayormente de la venta de pertenencias en combinación con la compra de usados. Para el caso de los puestos que tienen como principal producto accesorios la modalidad de provisión es la compra de productos nuevos.

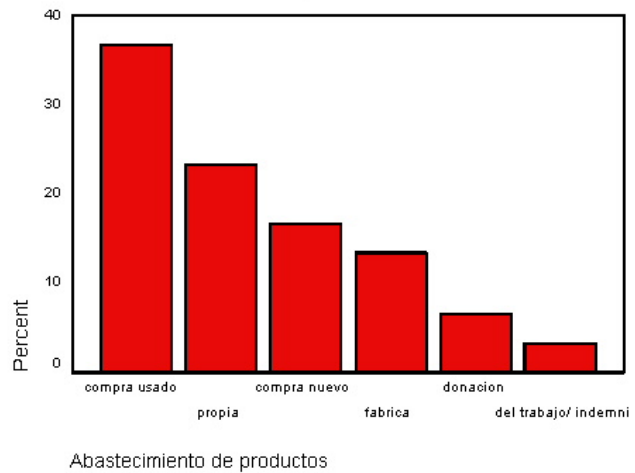
Si bien es evidente “el regateo” como indican muchos feriantes, también existen diferentes maneras de establecer la relación entre el costo y el precio de venta según la modalidad de abastecimiento. Por ejemplo los que venden objetos propios o donados suelen tomar como parámetro el precio de ese producto nuevo en el mercado y de ahí rebajarlo entre un 40% y 60% según el estado en que se encuentre. En el caso de los que compran nuevo o usado le agregan a la mercadería el margen necesario para obtener una ganancia aunque sea mínima. Si bien en general se toma como referencia tanto el mercado formal como los precios establecidos por otros feriantes para productos similares, en muchos casos el precio se establece según la “urgencia” de venta que posea el feriante de acuerdo a la necesidad de pago que posea para la subsistencia diaria, ya que normalmente “se vive al día”.





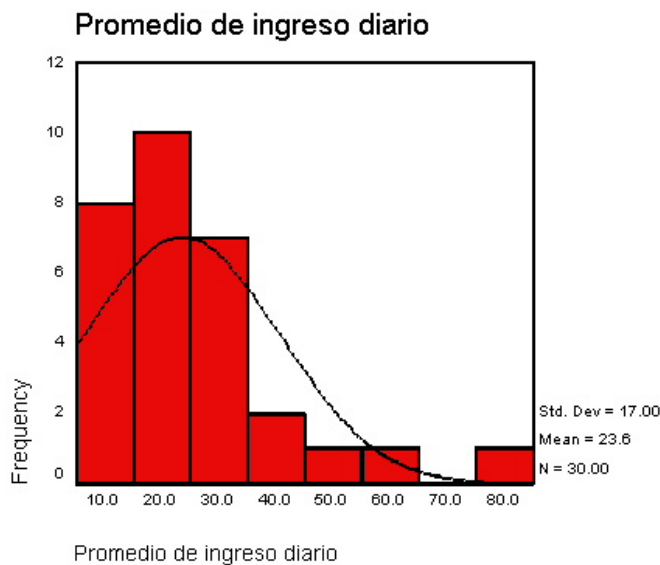
La compra de usado y la venta de pertenencias es la modalidad más frecuente.

Abastecimiento de productos



### 3.3 – Ingresos obtenidos

La cuantificación de ingresos se dificulta por la gran variabilidad de ventas que los feriantes manifiestan tener. Por lo general en el sector informal es muy poco frecuente



el cálculo de ingresos, costos y egresos. Los días más favorables para la venta son los domingos y feriados, cuando la feria se presenta además como un “paseo” para visitantes y clientes, mientras que los sábados son más “flojos”. Todos los feriantes manifiestan que “hay muchos días en los cuales no se vende nada”. Aún así, realizando

una media de ingresos y compensando “días buenos y malos” y diferentes fechas en el mes, encontramos un ingreso promedio diario de aproximadamente \$20. La variabilidad entre feriantes -asociada a los productos vendidos- es alta, con un desvío de 11 puntos respecto de la media. Se distinguen ingresos diarios promedio de feriantes que van entre

\$5, generalmente correspondiente a la venta de adornos y accesorios y \$80 para el caso de artículos del hogar y antigüedades.

Dado que el 100% de los feriantes consultados concurren a la feria “todos los fines de semana y feriados” podemos obtener un ingreso mensual aproximado, cuya media es de \$189, y la mediana de \$160. Es decir que la mitad de los consultados obtiene menos y otro 50% más que este monto. Por tanto, el ingreso mensual es prácticamente equivalente por ejemplo al monto de los planes de empleo jefes/ as de hogar, sin embargo, la variabilidad es también muy alta, de entre \$40 y \$640 por mes.

A estos ingresos habría que restar algunos gastos fijos que representa la participación de la feria, como ser \$3 por día por el “alquiler” del puesto<sup>8</sup>, el transporte (que dada la cercanía de residencia de los feriantes generalmente se traduce en un colectivo de ida y uno de vuelta como máximo), y la comida, que en algunos casos, pero no en todos, se lleva desde la casa. Aunque sean pocos, estos gastos resultan excesivos cuando la persona no vende nada en el día o en el fin de semana. Hemos detectado que estas situaciones generan algunos mecanismos de solidaridad entre los feriantes ya que entre los compañeros de la cuadra se juntan para pagarle el puesto o bien es solventado por la mutual.

Consultados los feriantes sobre el **porcentaje de necesidades que cubre** del conjunto del grupo familiar -típicamente de 4 personas<sup>9</sup>- con los ingresos obtenidos en la feria, se manifiesta que el 30% de los feriantes cubre entre un 20 y un 40% y otro grupo semejante cubre entre un 40 y un 60%.

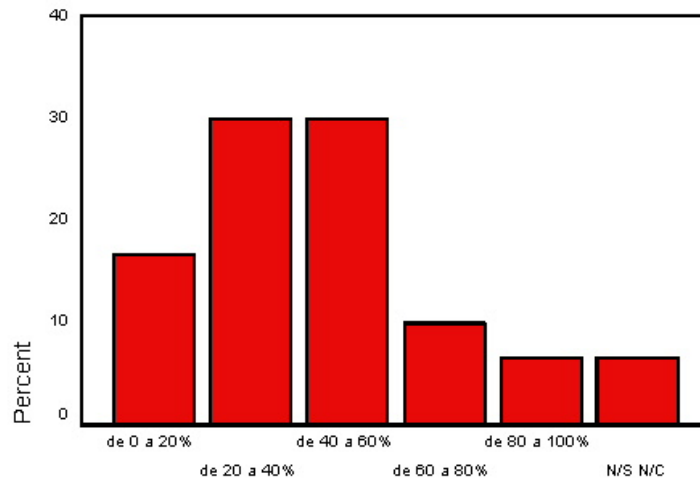
---

<sup>8</sup> Otras ferias gestionadas por el Gobierno de la Ciudad, por ejemplo como la feria de Retiro, el monto de alquiler del puesto asciende a \$8.

<sup>9</sup> La media de habitantes por hogar es de 4 personas (26%) aunque también se identifica un gran porcentaje de hogares unipersonales (23%) que se corresponden con el grupo etáreo más alto.



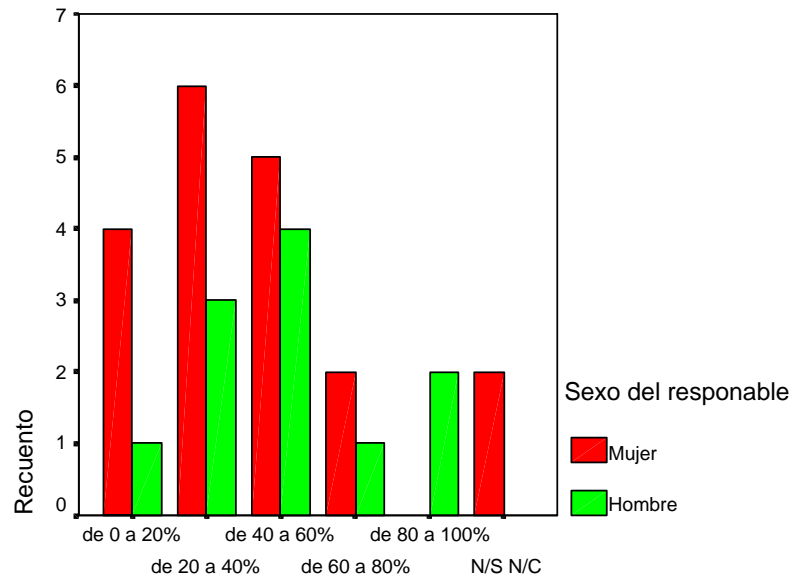
### Porcentaje que cubre del ingreso familiar



Porcentaje que cubre del ingreso familiar

Unido esto a otros elementos, por ejemplo que el 50% de los encuestados realiza algún trabajo además de la feria, se puede afirmar que la participación en la feria constituye claramente una **estrategia de complementación de ingresos** del grupo familiar, por cierto nada desdeñable en cuanto al porcentaje de necesidades que cubren por esta vía (al rededor del 40% en promedio). Pero además encontramos que un grupo cercano al 10% cubre entre el 80 y el 100%, no porque satisfaga todas sus necesidades, sino porque lo que obtiene en la feria, por poco que resulte, es el único ingreso que posee, con lo cual la estrategia es claramente de supervivencia, más que de complementación. Esto se detecta fuertemente en el caso de hogares unipersonales, de los cuales encontramos un fuerte porcentaje entre los feriantes (23%).

Cabe también aquí realizar una diferenciación de género, asociada igualmente al tipo de producto vendido. Las mujeres se ubican mayormente en porcentajes de ingresos menores, cubriendo entre el 20 y 40% de necesidades del hogar a partir de la venta de objetos menores, como accesorios, pequeños adornos o cosméticos. En los niveles intermedios tiende a emparejarse el porcentaje de ingresos y son mayormente hombres los que obtienen los ingresos más altos, asociado generalmente a la venta de herramientas y antigüedades.



Porcentaje que cubre del ingreso familiar

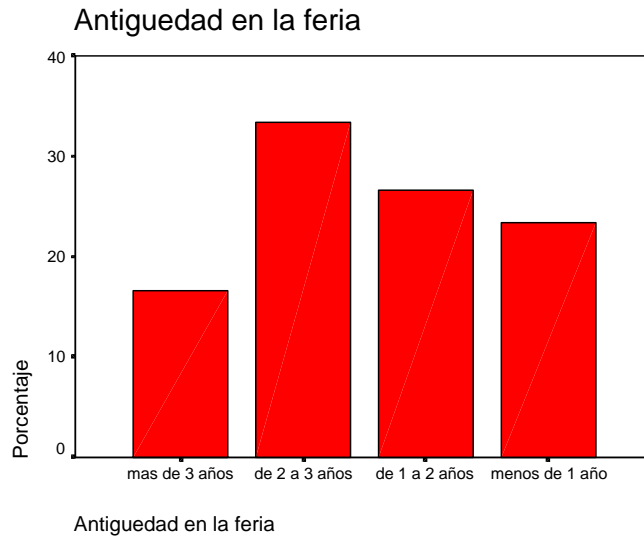
Por último, para hacer una estimación gruesa del volumen de dinero que se mueve en el conjunto de la feria podemos estimar que, existiendo 600 puestos, a un promedio de venta de \$20 por día tenemos un volumen de ventas diario de \$12.000 y mensual de alrededor de \$100.000 (contando 8 días de feria al mes).

### 3.4- Descripción de actividad: hábitos y redes sociales

#### a) Antigüedad, nivel de rotación y concurrencia de feriantes

En primer lugar se destaca que un grupo mayoritario de feriantes participa de la feria desde sus inicios, cuando comenzó como “feria paralela”, en el piso del Parque Lezama, entre el 2001 y el 2002. El 50% concurre a la feria desde hace más de 2 años -algunos, los más antiguos concurren hace 4-, mientras que otro 50% se ha incorporado en los últimos dos años. Es decir que la feria presenta por un lado, un fuerte grado de permanencia de feriantes, a la vez que ha ido creciendo en forma constante por la incorporación de nuevos feriantes hasta su situación actual que posee algo más de 600 puestos<sup>10</sup>.

<sup>10</sup> Si a los 600 feriantes titulares, es decir inscriptos en el padrón como tales, se suman los suplentes que cada uno tiene, la cantidad de feriantes involucrados asciende al doble. Además, existe la categoría de “visitantes”, para feriantes que no están en los padrones de la mutual y que deben hacer cola desde altas



Según las entrevistas realizadas a los referentes de la mutual y a los delegados por cuadra, el **grado de rotación** de feriantes es bajo. Señalan que entre un 80 y 90% es estable, y que en general se han mantenido los que comenzaron al inicio de la feria. Este elemento indica en parte el “éxito” y sostenibilidad de la feria, *en tanto estrategia de subsistencia*. Otro elemento que refuerza esta afirmación es que el 100% de los encuestados concurren todos los fines de semana y feriados, también incide aquí el interés en conservar el puesto, ya que la falta de más de 3 veces en el mes implica la pérdida del mismo según lo establece el reglamento interno.

Es interesante señalar que el 90% de los feriantes no concurre a otras ferias. Dato que refuerza la caracterización de estos feriantes como “vecinos” de barrios aledaños, su pertenencia al lugar y su concurrencia a la feria principalmente para complementar sus ingresos y no como feriantes profesionales dedicados por entero a esta actividad.

#### **b) Perspectiva de futuro, afiliación y significación de la actividad**

Consultados sobre la **perspectiva de futuro** de seguir concurrendo, el 100% asegura enfáticamente que sí, asociado a la creencia de que no encontrarán otro trabajo o fuente de subsistencia en el mediano y largo plazo, aduciendo las dificultades que representa la

---

horas de la madrugada para cubrir los puestos que quedan vacíos cuando no viene el titular o suplente, lo cual se determina si éstos no llegan hasta las 10 hs. de la mañana.

edad en este sentido. Incluso algunos señalan que aunque consiguieran trabajo seguirían concurriendo a la feria, porque les gusta, porque ya se acostumbraron o porque les seguiría siendo útil para complementar su ingreso.

En relación al *motivo principal* por el que concurren a la feria, si bien la gran mayoría señala que es “por necesidad”, por no tener otro trabajo o porque no les alcanza lo que ganan, la amplia mayoría señala que además **“le gusta venir”**. Citando a los feriantes encuestados, la mayoría responde en primer lugar “me distraigo”, “salgo de mi casa y estoy al aire libre<sup>11</sup>”, “me divierto y conozco gente”, “es una terapia”, “si no vengo me deprimó”, “cuando no vengo extraño”.

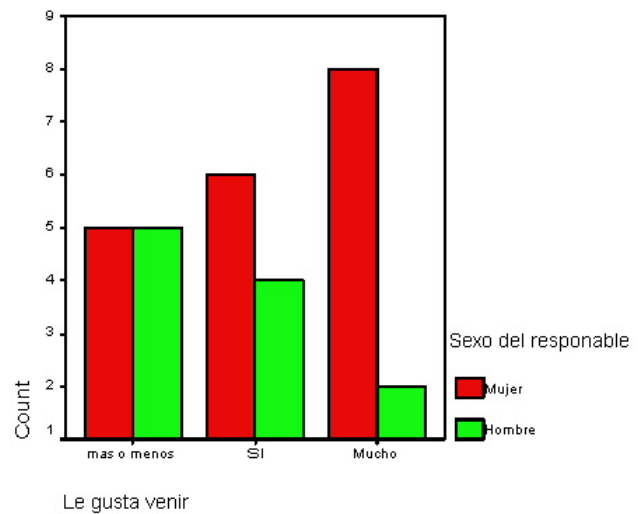
Incluso un gran porcentaje señala enfáticamente que le “encanta” o que le “gusta mucho venir” (33%). Esto se da claramente entre las mujeres, sobre todo en los casos que no han tenido otra experiencia laboral o que han trabajado sólo en limpieza y afines para quienes la feria representa un trabajo “distinto”. El hecho de tener su puesto, especialmente de ropa, e incluso la proyección de crecimiento del negocio entusiasma fuertemente a este sector. En general quienes no se encuentran muy conformes de asistir (33%) son algunos hombres, con trayectorias laborales más ligadas al empleo formal, al trabajo en la fábrica, y por tanto al sindicalismo y que manifiestan por ejemplo comentarios tales como “quién quiere trabajar un domingo por \$20”o, “quién puede estar todo el fin de semana aquí, parado, con frío”.

---

<sup>11</sup> En esta percepción seguramente incide la imagen y el entorno agradable que le proporciona el Parque como espacio verde y las veredas donde se encuentra emplazada la feria, en relación a otras que no cuentan con estos beneficios.



*La feria constituye también un ámbito de distracción y de contención social*



Nos interesa principalmente destacar aquí que de acuerdo a los resultados obtenidos, se deduce que un componente fundamental de esta práctica lo constituye la **contención social que representa**, en un intento por mitigar la soledad, la depresión, el encierro, el aislamiento y los problemas familiares que significaron para muchos la pérdida del empleo, propia o del jefe del hogar, y que implicó a la vez toda una ruptura de relaciones, pertenencias y derechos que conllevaba el mundo del trabajo, así como la sociedad en que éste se desenvolvía, en el marco de un siempre relativo “Estado de Bienestar”.

La participación en la feria, en forma sistemática cada fin de semana representa, aunque de manera precaria, cierto lugar de pertenencia, cierto sentimiento de “reafiliación”. Esto lo demuestra el hecho de que la totalidad de los encuestados respondió que sí ha desarrollado nuevas relaciones a partir de la participación en la feria, caracterizadas generalmente como vínculos de “**compañerismo**”, lo cual hace alusión clara a compañeros de trabajo, aunque a veces también se señala que son “amigos” o sólo “conocidos”.

Es importante destacar que todos los consultados consideran su actividad en la feria como un trabajo, argumentando que es su medio de vida e implica un esfuerzo, una disciplina, cumplir un horario, tener la mercadería lista, acatar un reglamento, en definitiva ajustarse a las normas tal como exige cualquier otro trabajo.

## b) Participación social y redes sociales

Según los datos obtenidos el nivel de participación social o comunitaria de los feriantes, así como su inclusión en redes e instituciones **es baja**. El 80% no participa en ninguna institución u organización de tipo social, comunitaria, política, sindical o religiosa, etc.



Participa en organizaciones sociales

Entre aquellos que sí participan en alguna institución encontramos un 10% que se desempeña como voluntario en comedores comunitarios y otro 10% que se encuentra ligado a alguna organización religiosa (dos católicas y una evangélica).

Lo anterior puede asociarse a las consideraciones de muchos de los feriantes o delegados entrevistados que señalan a la actividad como de un fuerte componente **“individualista”**, señalando reiteradamente que “falta unión” o que no hay una idea de conjunto. Esto puede entenderse como consecuencia del tipo de composición de los feriantes, la “desafiliación” a la que aludimos antes, así como la fuerte atomización de los mismos y sobre todo de la necesidad personal que llevó a cada uno a esta actividad, que no termina de constituirse como parte de un todo, a partir del cual se pueden perseguir intereses comunes.

En relación a lo anterior, hemos detectado que se trata de una actividad desarrollada generalmente en forma individual, aunque también en gran medida se realiza como una estrategia familiar. La participación generalmente de un hijo o un cónyuge es de acompañamiento y ayuda al feriante sobre todo en la estadía en el puesto -ya que se

trata de fines de semana- pero el resto de la actividad, el abastecimiento o producción de la mercadería corre por parte del responsable del puesto. No se detectaron casos de puestos o emprendimientos que se realizaran con “socios” o “amigos”.



Con quién realiza la actividad		
	Frequency	Percent
Solo	16	53.3
con familiares	14	46.7
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100.0</b>

La falta de una noción de conjunto también se refleja en las dificultades que tuvo y tiene la mutual en la inclusión y organización de feriantes. Esto fue vivido en forma semejante al “paso a la formalidad”, estar en un padrón, cumplir un horario, tener un reglamento, no poder faltar, a la vez que resistido por muchos de ellos que “no veían” las ventajas de asociarse y organizarse. Ser socio de la mutual representa además el pago de una cuota mensual de \$5, para quien quiera voluntariamente asociarse.

#### 4- ALGUNAS TRAYECTORIAS LABORALES



*Oscar, matricero y ex empleado de Ford vende herramientas en la feria*

El objetivo aquí es detenerse en los principales hitos de algunas de las historias de vida y trayectorias laborales relevadas en la feria, a fin de ilustrar “la caída” de las clases medias y asalariadas, señalando los procesos que fueron viviendo algunos de los feriantes, a la luz de los procesos que atravesó nuestro país, y que en parte dan respuesta a algunas de las preguntas que nos motivaron: cómo esta persona llegó aquí, a esta situación, qué cambios sufrió en el transcurso de su vida social, económica y familiar.

Es de destacar que por ejemplo en el caso de los delegados de sector, *no casualmente* encontramos trayectorias laborales que tuvieron

como escenarios las fábricas, empresas y el mundo del trabajo asociado a escenarios colectivos y de organización sindical. Por ejemplo, uno de los delegados, Jorge, es chaqueño y tiene 45 años. Se desempeñó durante 20 años en Obras Sanitarias de su provincia (Sociedad del Estado) donde comienza como cadete y llega a jefe de sector, hasta que le “ofrecen” el retiro voluntario en el año 1989, tras su privatización. Con ese dinero decide trasladarse con su familia a Buenos Aires donde compra una propiedad, se matricula como plomero-gasista y compra algunas herramientas. Intenta con otros conocidos formar una *empresa de mantenimiento* pero no le cierran los costos y sigue adelante con el trabajo por cuenta propia. En el año 2002, con la caída de demanda de trabajo, necesita ampliar sus ingresos y comienza a concurrir a la feria para vender antigüedades. Se abastece básicamente “del mercado de la basura”, comprando a cartoneros de la zona, o recogiendo lo que tiran en las obras donde trabaja, para ello sale en búsqueda todos los días de semana a partir de las 8 de la noche. “Al principio me daba vergüenza estar acá” expresa Jorge. Actualmente señala que le gusta venir, que buscar la mercadería le divierte y que se ha encariñado con la gente, que conoce desde que estaban en el piso, con quienes conversa mucho en tanto compañero y delegado, y hasta hace *entrevistas* para ver como les está yendo, que luego transcribe en su cuaderno de observaciones.

“La feria me distrae mucho, acostumbrado a estar siempre en una fábrica... esto es diferente” dice Oscar, que tiene 65 años es matricero de oficio y espera ansioso los últimos trámites para obtener su jubilación. Ya hace cuatro meses que dejó de cobrar cheques de indemnización y mientras tanto vende sus herramientas en la feria desde hace dos años. Trabajó 20 años en la fábrica Electromecánica Argentina y fue supervisor en la fábrica Ford durante los últimos 11 años, de donde fue despedido.

El caso de otro de los delegados, Basilio, de 65 años es también es muy paradigmático. “toda mi vida trabajé muy bien...” Estuvo 5 años en el banco de Londres, 7 años en SIAM Ditella (símbolo de la industria nacional si los hay), donde desarrollaba ingeniería aplicada al diseño de heladeras (llegó a estudiar hasta 3º año de ingeniería). En los ´70 organizó una fábrica de motores y en 1975 puso por su cuenta un taller de refrigeración de heladeras. Luego, en los ´80 armó una empresa de construcciones que sostuvo durante 5 años. Con la inflación después de 1985 la empresa no anduvo más y

vendió todo, siguió con el taller de reparación de heladeras. En los '90 se tuvo que operar del corazón... y puso una agencia de lotería que duró 9 años (ya sabemos que pasó entre el 1990 y el '99). Pero lo asaltaron (eso pasó, entre otras cosas, claro). En el 2000 cerró la agencia y empezó nuevamente con el taller de heladeras. Empezó los trámites de jubilación y se jubiló, cobra \$298 desde hace 3 meses... “por eso vengo a la feria, por que no me alcanza”. Luego hizo un curso de lombricultura (el boom de los microemprendimientos) pero no funcionó. De todos modos algunos conocimientos le quedaron, que utiliza actualmente para hacer las plantas y bonsái que vende en la feria, además de pelotas de goma.

Estos recorridos laborales permiten visualizar la crisis de la sociedad salarial, las transformaciones materiales y subjetivas del mundo del trabajo. Manifiestan también la situación de los identificados en términos de Castel como “prescindibles” en cuanto no responden a las exigencias actuales del mercado de trabajo. El aumento de la precariedad laboral, la falta de cobertura por el desempleo, las jubilaciones escasas, el quiebre de pequeños y medianos comerciantes y empresarios, la falta de oportunidades de empleos estables, implican para estos trabajadores una ruptura en términos históricos respecto a lo que constituyó su experiencia laboral durante décadas.

Por último, Daniela, de 39 años, trabajó en ventas desde los 14 años. Los últimos 4 años antes de que la despidieran en 2001 se desempeñaba como supervisora de ventas, en una empresa de seguridad donde tenía mucha gente a cargo. Este trabajo le dio el aprendizaje de organizar y trabajar con la gente, así como la perspectiva comercial y conocimiento sobre ventas. Cuando quedó sin trabajo empezó a llevar ropa usada a la feria de Parque Centenario, pero rápidamente comenzaron los conflictos por el uso del espacio. En un proceso de tres años Daniela pasó de ser una empleada, con cierta jerarquía, a ser delegada de la feria, secretaria de Acción Social del Sindicato de Feriantes (SIFERA), organizadora de la “interferia”, fundadora y actual presidenta de la Mutual, elegida por asamblea. Desde allí, además de la gestión y organización de diversas ferias, tienen a su cargo la negociación con el Gobierno de la Ciudad, la elaboración y presentación de proyectos para subsidios, proyectos de ley, entre otras muchas actividades.

## 5- CONCLUSIONES

Si uno tuviera que adelantar la impresión que provoca un primer recorrido general y curioso de la feria, sería la imagen de gente que salió a vender cosas que *sobran* o que ya no le sirven. Ropa que dejó de usarse o está demás pero que todavía podría servir a otro; libros que alguna vez se compraron y ya nadie lee; herramientas que quedaron sin uso en algún taller; juguetes de niños que ya crecieron... Sin embargo, si nos ubicamos del otro lado del puesto, la impresión primera cambia considerablemente. Esas cosas que parecen sobrar, cambian totalmente de estatuto: dejan de ser simplemente cosas que se venden y pueden pensarse como pertenencias, patrimonio y parte de la identidad de ese otro que las está ofreciendo porque necesita hacerlo. Se trata de objetos que, habiendo caído en la esfera del consumo, como *valores de uso* de un pasado que ya no es, vuelven a convertirse en *valores de cambio*, por un presente que no ofrece otra forma de subsistencia, donde el trabajo, para muchos, ha dejado de ser incluso una mercancía.

A partir de los objetos expuestos se puede inferir que los feriantes tenían un nivel de consumo permitido principalmente por haber percibido un salario: colecciones de videos que mensualmente traían revistas, zapatos de cuero, abrigos de calidad, vajilla de loza, colecciones de música, etc. De alguna manera, esto invita a reflexionar no en términos de “cosas viejas” que sobran, sino de cosas que materializan distintas trayectorias, que materializan un pasado en relación a la inserción laboral y socio cultural que tuvieron los feriantes. Salir a mostrar y ofrecer sus cosas -que en algún sentido significa salir a mostrarse- irrumpe como una alternativa de supervivencia ante la pérdida del trabajo formal o como forma de torcer el largo estado de desempleo o subempleo conocido por muchos de los feriantes. Estas cosas reflejan entonces no sólo un pasado sino también una situación actual, hacen visible el problema de la “desafiliación” que comienza en principio con la pérdida del empleo y con él la adscripción a distintas instituciones como la salud, la educación o incluso redes sociales y lazos afectivos.

En este marco, el fenómeno de las ferias “polirubro” que irrumpen hacia fines del 2001 reflejan los procesos socio económicos y las transformaciones del mundo del trabajo que se produjeron, desde los años '70, y sobre todo durante la década del '90. Las ferias

entonces, se constituyen en alternativas de subsistencia, sobre todo para los que integran los “bolsones duros de desempleo” que están asociados principalmente a la edad, tal como indican los resultados del estudio y donde se advierte además una presencia muy significativa de mujeres. Asimismo, la composición de los feriantes de Parque Lezama señala que se trata de una *estrategia fuertemente localizada* debido a que la mayoría de los vendedores y clientes pertenecen a zonas aledañas al parque. Por tanto la mayoría de los participantes son vecinos y no feriantes que se dedican con exclusividad a esta actividad.

En la experiencia estudiada hay que destacar el significado que tuvo el pasaje de la informalidad, cuando se emplazaba en el piso, a la organización “legal”, aunque precaria, y material a partir de la intervención de la Mutual Alternativa de Trabajo. Este cambio imprime una nueva fisonomía para la feria y un nuevo tipo de vínculo entre el feriante y su “puesto” de trabajo que, a partir de entonces, le exige una disciplina y el cumplimiento de normas tal como lo requiere cualquier otro trabajo.

El grado de permanencia de los vendedores, el bajo nivel de rotación y el aumento en el número de los feriantes señalan a la feria como una estrategia de subsistencia válida, principalmente para complementar otros ingresos. Además de la provisión de ingresos mínimos, la feria permite abaratar costos de consumo básicos, lo cual la convierte en una estrategia de subsistencia no sólo de vendedores sino del conjunto de las clases populares, como forma de aumentar indirectamente el poder adquisitivo de los bajos ingresos.

Pero además la feria constituye un espacio importante de contención social, un espacio de interacción, en sentido amplio, humana, económica, de conocimientos, de historias, que de otro modo estaría vedado para muchos de los feriantes debido a la pérdida de otras relaciones y de lazos de pertenencia. En este sentido, entendemos que la feria se encuentra inserta en los fenómenos de la economía social, especialmente por su carácter autogestionado, por su organización horizontal y democrática, y porque constituye un espacio netamente “social”, aunque en muchos casos y visto individualmente constituya una estrategia de subsistencia individual o familiar.

Cuando nos adentramos en el análisis y conocimiento de la feria encontramos que detrás de cada puesto hay una organización comunitaria y social, delegados, reuniones



semanales, asambleas, una mutual, proyectos de capacitación, de emprendimientos, una organización de “interferias” y hasta el diseño de un proyecto de ley. En este sentido, la feria y su sostenimiento constituye también un espacio de lucha, una defensa del derecho al trabajo, al ingreso, un espacio a conquistar, en la pelea *por los espacios públicos*, desde el enfoque de algunos vecinos o funcionarios, y la pelea *por la subsistencia*, desde el punto de vista del feriante o vendedor informal.

Actualmente, el nivel de participación de feriantes y de asociativismo para diversos proyectos es bajo, pero debemos tener en cuenta que los procesos de reafiliación y construcción de confianzas son lentos, y que la organización de estos feriantes como *sujetos sociales* recién empieza, en febrero del presente año.

En cuanto a las perspectivas futuras de la feria en el marco de las estrategias de la economía social, merece un análisis especial la posibilidad de ampliar la franja de feriantes que producen su mercadería, en la idea de aumentar la calidad, “agregar valor” a través del trabajo a los productos que se ofrecen. Esta idea es sostenida en parte por la Mutual, que se encuentra promoviendo y gestionando subsidios para micro emprendimientos, con el objeto de reconvertir la actividad y mercadería de los feriantes. Por un lado, entendemos que esto representa una vía importante de desarrollo, pero para ello sería fundamental realizar un diagnóstico y estudio de mercado adecuado para ver qué tipo de rubros y productos pueden ser “competitivos” o rentables en el marco de este tipo de ferias, donde en gran parte la estrategia se basa en precios muy bajos, para un mercado y poder adquisitivo muy limitados. Un rubro a explotar y desarrollar en este sentido puede ser el de **servicios**, ya que encontramos una gran mayoría de feriantes que poseen oficios relacionados a electricidad, plomería, pintura, costura, limpieza, cuidado de personas, que se encuentran subutilizados ya que sólo realizan trabajos esporádicos. El desarrollo por ejemplo de un padrón de oficios a ser ofrecidos o de pequeñas empresas de servicios o mantenimiento representa una vía importante de desarrollo, pero supone a su vez una mayor complejidad en la organización entre los feriantes y la mutual y otras instituciones de apoyo.

Asimismo, la feria puede constituir una boca de expendio de numerosos emprendimientos de la economía social, micro empresas y hasta fábricas o empresas recuperadas, que normalmente tienen como principal obstáculo la distribución y venta

de sus productos. En este sentido puede trabajarse a partir de la identificación con ideas de “comercio justo” o marca de trabajo asociativo o perteneciente a la economía social y captar incluso la atracción de turistas que normalmente realizan el circuito San Telmo-La Boca. Para ello, se requiere un trabajo articulado entre diversas organizaciones sociales, e instituciones de apoyo, así como políticas activas desde los diversos niveles de gobierno que apunten a la capacitación, aumento de la calidad, capitalización de los feriantes y conformación de redes.



## BIBLIOGRAFÍA

- Altschuler, Bárbara y Patricia Lecaro. *Políticas Sociales y Desarrollo Local. Dos experiencias diversas: Club del Trueque y Unión de Trabajadores Desocupados (UTD) de Mosconi*. Congreso de Políticas Sociales. Universidad nacional de Quilmes, 2002.
- Altschuler, Bárbara, Patricia Lecaro y María José Sanchez. *Estudio de impacto en la calidad de vida de los participantes del Club del Trueque. Estrategias de supervivencia y redes sociales*. Mendoza, diciembre de 2001.
- Castel, Robert. *Las metamorfosis de la cuestión social. Una crónica del salariado*. Paidós, México, 1997.
- Castel, Robert. *Las trampas de la exclusión. Trabajo y utilidad social*. Editorial Topía, 2004.
- Chávez Molina, Eduardo. *“Las ferias”*. *Aportes para la constitución de un Subsistema de Economía Social en la Argentina*. Convenio Foncap-Flacso, 2004.
- Coraggio, José Luis. *Más allá de la informalidad. Del sector informal a la economía popular*. Ponencias 1 del Instituto FRONESIS, 1992.
- Coraggio, José Luis. *La economía del Trabajo ante el Tercer Sector*, ponencia de investigación. Julio de 2000. [www.fronesis.org](http://www.fronesis.org)
- Elgue, Mario C. *El Peso de la Economía Social*. Curso de Pos Grado de Desarrollo Local y economía Social/ FLACSO, 2002.
- García Delgado, Daniel y De Piero, Sergio. *La economía social y la Crisis. Una aproximación inicial*. Mimeo, texto del área de Estado y Políticas Públicas, FLACSO. Buenos Aires, 2002.