

# **Politización del alimento**

## **El caso del Mercado de Cercanías de Atlántida, Canelones, Uruguay<sup>1</sup>**

***POLITICIZATION OF FOOD***  
***THE CASE OF THE ATLANTIDA SUBURBAN MARKET, CANELONES, URUGUAY***

***POLITIZAÇÃO DA ALIMENTAÇÃO***  
***O CASO DO MERCADO SUBURBANO DE ATLÂNTIDA, CANELONES, URUGUAY***

Anabel Rieiro Castiñeira\*, Daniel Pena\*, Diego Castro\*\*, Florencia Muníz\*\*\*<sup>2</sup>

[anabel.rieiro@cienciassociales.edu.uy](mailto:anabel.rieiro@cienciassociales.edu.uy)

### **Resumen**

El objetivo del artículo es sistematizar la experiencia del Mercado de Cercanías de Atlántida (MCA), ubicado en el Departamento de Canelones, Uruguay, analizando sus potencialidades y limitantes en cuanto a la politización del alimento. El mismo constituye una política pública municipal, cogestionada con la sociedad organizada. Para ello, se aborda el origen y desarrollo de la experiencia, las particularidades en su forma de gestionarse, las concepciones sobre el alimento provenientes de sus productores/as y consumidores/as y por último, sus percepciones acerca de las políticas públicas y los modos de vida que se configuran hoy en torno al alimento en Uruguay. La metodología consistió en la realización de 20 entrevistas semiestructuradas (18 a productores/as y 2 a representantes políticos) que duraron entre una y dos horas. Por otra parte, se realizaron observaciones los días de funcionamiento del MCA y se aplicó una encuesta de 16 preguntas (10 cerradas y 6 abiertas) a 64 consumidores/as. Por último, se retomaron fuentes secundarias y se realizó un taller colectivo con los integrantes del mercado. Los principales hallazgos muestran cómo durante catorce años, atravesando distintas tensiones y conflictos, va gestándose y consolidándose la experiencia. El MCA se conforma hoy como una “trama de tramas” con diversas formas de integración y heterogéneos modos de representación que caracterizan y hacen singular su forma de autorganización. Por otro lado, el vínculo directo entre productores/as y con los/as consumidores/as logra problematizar distintas aristas sobre el alimento

---

<sup>1</sup> El artículo aquí presentado es una actualización y resumen de la sección sobre el Mercado de Cercanías presentado en el informe final “Alimento como trama de vida” (Rieiro et al., 2023), financiado por fondos concursables de la Comisión Sectorial de Investigación Científica I+D 2021-2022, UdelaR.

<sup>2</sup>\* Departamento de Sociología, FCS, Udelar

<sup>3</sup>\*\* Servicio Central de Extensión y Actividades en el Medio, UdelaR

<sup>4</sup>\*\*\* Escuela de Nutrición, UdelaR

resaltando las fortalezas que tiene -en cuanto a la salud humana y del ambiente- producirlo artesanalmente y a escala familiar en contraposición al sistema agroindustrial.

**Palabras clave:** Soberanía alimentaria, mercado de cercanías, Uruguay, sistematización de experiencias, políticas alimentarias

### **Abstract**

*The objective of this article is to systematize the experience of the Nearby Market of Atlántida (MCA), located in the Department of Canelones, Uruguay, analyzing its potentialities and limitations in terms of the politicization of food. It constitutes a municipal public policy, co-managed with organized society. To this end, the origin and development of the experience, the particularities in the way it is managed, the conceptions about food coming from its producers and consumers, and finally, their perceptions about public policies and the ways of life that are configured today around food are approached in Uruguay. The methodology consisted of 20 semi-structured interviews (18 with producers and 2 with political representatives) that lasted between one and two hours. On the other hand, observations were made on the days of operation of the MCA and a survey of 16 questions (10 closed and 6 open) was applied to 64 consumers. Finally, secondary sources were collected and a collective workshop was held with market members. The main findings show how the experience has been developing and consolidating over the course of fourteen years, with different tensions and conflicts. Today, the MCA is shaped as a "weft of wefts" with diverse forms of integration and heterogeneous modes of representation that characterize and make its form of self-organization unique. On the other hand, the direct link between producers and consumers manages to problematize different aspects of food, highlighting the strengths -in terms of human and environmental health- of producing it by hand and on a family scale, as opposed to the agro-industrial system.*

**Keywords:** Food sovereignty, local market, Uruguay, systematization of experiences, food policies.

### **Resumo**

*O objetivo deste artigo é sistematizar a experiência do Mercado de Cercanías de Atlántida (MCA), localizado no Departamento de Canelones, Uruguai, analisando as suas potencialidades e limitações em termos de politização da alimentação. Constitui uma política pública municipal, cogérée com a sociedade organizada. Para tal, aborda a origem e o desenvolvimento da experiência, as particularidades da sua gestão, as concepções sobre a alimentação dos seus produtores e consumidores e, finalmente, as suas percepções sobre as políticas públicas e os modos de vida que se configuram atualmente em torno da alimentação no Uruguai. A metodologia consistiu em 20 entrevistas semi-estruturadas (18 com produtores e 2 com representantes políticos) que duraram entre uma e duas horas. Por outro lado, foram efectuadas observações nos dias de funcionamento das MCA e foi aplicado um inquérito de 16 questões (10 fechadas e 6 abertas) a 64 consumidores. Por último,*

*foram recolhidas fontes secundárias e foi realizado um workshop coletivo com os membros do mercado. Os principais resultados mostram como, ao longo de catorze anos, a experiência se foi desenvolvendo e consolidando através de diferentes tensões e conflitos. A MCA é hoje uma "trama de tramas" com diversas formas de integração e modos de representação heterogêneos que caracterizam e tornam única a sua forma de auto-organização. Por outro lado, a ligação direta entre produtores e consumidores consegue problematizar diferentes aspectos da alimentação, evidenciando os pontos fortes - em termos de saúde humana e ambiente - da produção artesanal e familiar em oposição ao sistema agroindustrial.*

**Palavras-chave:** Soberania alimentar, mercado local, Uruguai, sistematização de experiências, políticas alimentares

## **Introducción**

### **Territorios alimentarios en disputa**

Cómo se alimenta una comunidad/sociedad ha sido históricamente una información importante para comprender su cultura, economía y el modo según el que se organiza para sostener la vida de sus habitantes. El alimento, desde una concepción multidimensional, señala cómo nos relacionamos humanamente para producirlo, distribuirlo, prepararlo, consumirlo, así también cómo nos relacionamos con la naturaleza del ecosistema que habitamos de la cual provienen nuestros alimentos y a la cual regresamos nuestros deshechos. En este sentido, el "sistema agroalimentario" (Carballo, 2018) puede ser retomado como resultado de un entramado de relaciones sociales y con la naturaleza por el cual se produce, elabora, comercializa, distribuye, consume y desecha el alimento.

Las distintas formas desde las cuales los sistemas agroalimentarios se han configurado, han caracterizado las distintas transiciones que hemos recorrido como humanidad (Aguirre, 2019; Steel, 2014). El sistema agroalimentario -en el capitaloceno- a pesar de tener singularidades locales; se explica desde una dinámica multiescalar que articula lo local, nacional, regional e internacional cada vez con mayor intensidad, imponiendo una cultura agroalimentaria homogénea, basada en un modelo agroindustrial caracterizado por fuertes dinámicas concentradoras de los recursos y las decisiones sobre el abastecimiento, la distribución, consumo, etc. Sin duda, la desigualdad y el extractivismo que nos conforma como sociedad, revitaliza la pertinencia en abordar la cuestión alimentaria desde perspectivas que retomen la cuestión soberana y autónoma.

Las configuraciones socioambientales contemporáneas se caracterizan por dinámicas de despilfarro estimuladas desde la sociedad de consumo, que se sostienen mediante dinámicas de saqueo y escasez. La necropolítica que caracteriza la economía del mercado explica un nuevo mapa global del hambre, la desnutrición y distintas problemáticas vinculadas a la inseguridad alimentaria

(FAO, 2021; Caparrós, 2014; OXFAM, 2021) y gran parte de la crisis ambiental que atraviesa nuestra civilización. Los territorios encarnan así, distintas disputas, entendidas tanto desde sus características geofísicas naturales como sociales. Estas dos dimensiones son inseparables unas de las otras, dado que las relaciones sociales modifican, transforman y conforman la propia naturaleza, así como esta hace parte de los propios modos de habitar el territorio que las personas establecen (Mançano Fernandes, 2009).

Uruguay hace varias décadas se encuentra inmerso en estas dinámicas problemáticas del sistema agroalimentario, entre el agravamiento de la escasez, la depredación y la acumulación infinita de capital. En este sentido, resulta relevante analizar el departamento de Canelones, ubicado al sur del país, al que mucha gente le llama “la granja del país” dada su importancia en la producción de alimentos y su cercanía con la capital (departamento limítrofe de Montevideo al este y noreste) y distintos balnearios cada vez más poblados (Ciudad de las Costa y Costa de Oro). Retomando el territorio como una totalidad múltiple, inacabada, dinámica y de naturaleza conflictiva, pueden observarse en dicho departamento disputas específicas entre distintos actores que involucran al alimento y a la soberanía alimentaria (Sum Sologaistoa, 2021; Acosta et al., 2018).

Algunas de las tensiones más importantes que pueden señalarse en Canelones se encuentran en la expansión del agronegocio forestal y agricultura extensiva (principalmente soja) que paulatinamente fueron creciendo mientras que los/as pequeños/as productores/as de alimentos han ido disminuyendo, además de producir intensos conflictos territoriales en relación al uso de agroquímicos en la agricultura cerealera e industrial (Sum Sologaistoa, 2021; Sassano, et al., 2016). Por otro lado, a nivel turístico comienzan a haber más chacras marítimas o casas quintas en donde muchas personas pasan a ser pobladores rurales sin ser productores/as rurales, señalando nuevas disputas inmobiliarias y la necesidad diferencial de servicios. Otro punto importante de señalar es que en los últimos tiempos se han intensificado las tensiones ambientales entre las cuales pueden retomarse los conflictos sentados en el uso intensivo de agrotóxicos en torno a la Laguna del Cisne, Paso Picón, La Armonía, y en torno al modelo en general desde Canelones libre de Soja Transgénica, (Sassano et al., 2016).

Las tensiones entre la agricultura a pequeña y mediana escala respecto al sistema agroalimentario hegemónico (sistema agroindustrial) fueron analizadas por varios investigadores nacionales desde distintos énfasis y líneas de análisis (ej. Cardeillac, 2020; Carámbula y Oyhantcabal, 2019; Ceroni, 2018; Florit y Piedracueva, 2015; Gazzano et al., 2019; Gudynas, 2014; Piñeiro, 2014; Rossi y Figari, 2008; Vásquez y Ceroni, 2019) coincidiendo en cuanto a los procesos de concentración y extranjerización, la mayor dependencia de paquetes tecnológicos, conflictos ambientales, afectaciones en la salud, etc.

Retomamos desde nuestra investigación estas contradicciones como una tensión entre el capital y la vida (Gutiérrez, 2018; Federici, 2020), siendo que -en la dinámica del capital- el alimento pasa a ser un bien de cambio organizado según la

lógica que busca maximizar ganancias sobre todas las cosas (agronegocio), mientras que en la dinámica de la vida el alimento no pierde su naturaleza como bien de uso, el alimento se gestiona como base de la reproducción vital. Shiva (2016) propone entender la tensión que atraviesa al sistema agroalimentario según dos paradigmas contrapuestos (a nivel teórico-ideal): 1. El paradigma dominante-industrial, basado en la explotación y dominación impuestos con el ejercicio de la violencia que ejercen las fuerzas oligopólicas y corporativas, 2. El paradigma agroecológico, basado en la ley de devolución, la vida interdependiente y el alimento como tejido de vida artesanal.

En esta línea de pensamiento, para Steel (2014, p. 17) las alternativas al modelo hegemónico deben pensarse desde procesos de reterritorialización del sistema agroalimentario, que a su vez ameritan repensar: el sentido metabólico (en relación con el cierre de ciclos en proximidad, adaptación al clima, topografía y recursos locales), el sentido cultural (prácticas y conocimientos adaptados a las especies y dietas locales) y el sentido político (corresponsabilidad de decisiones sobre el territorio) que se construye en torno al alimento.

Con un sentido alternativo a la tendencia hegemónica actual basada en economías de escala de productos cada vez más homogéneos, mayormente industrializados y de distribución global, los mercados de cercanías son experiencias valiosas para pensar posibles procesos de reterritorialización. En ellos, se plantea el objetivo de contribuir a garantizar la producción a nivel familiar que asegure el autoabastecimiento de alimentos básicos y una producción diversificada adaptada a las condiciones locales. Son los/as propios/as productores/as los/as que le venden directamente a los/as consumidores/as dentro de un circuito corto de comercialización. La experiencia parece permitir un modo de producir mayormente integrado a la reproducción social y cultural de los/as productores/as, generando relaciones desde las cuales se problematiza el tipo de producción, distribución y consumo del alimento hoy.

El Mercado de Cercanías Atlántida (MCA), al sur este del Municipio de Atlántida, se encuentra a unos pocos kilómetros de una de las ciudades balnearias más destacadas del Departamento por la Ruta 11. El mismo reúne a una veintena de familias productoras de diferentes rubros; quienes cada sábado, se relacionan con otros/as productores/as para vender sus productos y con las personas consumidoras a quienes les venden.

Los/as productores/as pertenecen a diversos colectivos rurales, tales como Sociedades de Fomento Rural, Cooperativas y Redes. Todos/as se encuentran dentro del Departamento de Canelones, pero al analizar su ubicación concreta se observa que conforman en su totalidad una zona extensa y dispersa del departamento: desde el oeste del departamento (Cerrillos) hasta el noreste (Tala). Por otro lado, los/as consumidores/as que concurren al Mercado provienen en su gran mayoría de la zona cercana al mismo, como ser Atlántida, Estación Atlántida, Parque del Plata, Las Toscas y El Fortín, entre otros.

Del análisis de las entrevistas emerge que la relación entre los/as productores/as con el producto que venden tiende a ser artesanal y a escala familiar/colectiva. Esto permite un modo de producción particular, donde las personas están estrechamente vinculadas/os con los productos que ofrecen. El presente texto es fruto de una investigación cuyas preguntas guía pueden sintetizarse en: ¿Cómo fue configurándose esta experiencia? ¿Cuáles son sus características principales? ¿Cuáles son las tensiones y cómo se produce común entre sus integrantes? ¿Qué ideas emanan sobre el sistema agroalimentario? ¿Qué relaciones se producen entre productores/as y consumidores/as? ¿Cuáles son las potencialidades y debilidades de la experiencia?.

En síntesis, el presente artículo sistematiza la experiencia del MCA, aportando una reflexión sobre sus limitantes y potencialidades como politización del alimento. La metodología consistió en la realización de 18 entrevistas semiestructuradas a los/las productores/as que venden en el mercado. La pauta de entrevista contó con aproximadamente 40 preguntas que cubren las cuatro dimensiones principales que se retomaron en el análisis: a. la historia del MCA, b. caracterización de los emprendimientos que lo integran, c. sentidos en torno al alimento, d. opiniones en cuanto a la política estatal y el modelo de producción de alimentos en Uruguay. Además, se realizaron dos entrevistas a informantes calificados y una entrevista a representantes del Municipio de Atlántida (MA).

Por otro lado, se realizó una encuesta de 16 preguntas (12 cerradas y 4 abiertas) a 64 consumidores/as del Mercado. Por último, se retomaron para el análisis documentos como: el reglamento de convivencia del MCA, el proyecto de creación del mercado, etc. Además, los resultados del análisis se compartieron y enriquecieron con las personas que pertenecen al MCA durante una jornada de intercambio.

El artículo se organiza en 3 apartados: en primera instancia se presenta el proceso y los distintos sentidos que atraviesan actualmente a la experiencia, luego se sistematizan algunas ideas que sus integrantes tienen en torno al alimento, y por último se retoman las percepciones y posiciones acerca de la política alimentaria en general y los modos de producir alimento.

## **El Mercado de Cercanías de Atlántida: singularidades de la experiencia**

### ***Origen y proceso***

Los orígenes del MCA remiten a un entretendido de procesos y trayectorias entre familias productoras, agroecológicas, organizaciones sociales e instituciones públicas departamentales. No existe un consenso en los relatos sobre el momento exacto de origen, las personas entrevistadas hacen énfasis en diferentes elementos que componen una historia colectiva compleja, la cual encuentra diferentes espacios de acumulación antes de su creación.

Sin pretender contar una historia por etapas, al analizar los distintos discursos encontramos consenso sobre tres grandes hitos organizacionales: 1. gestación de la idea y puesta en marcha (2010-2017), 2. funcionamiento inicial y debates sobre la forma de integrarse y tomar decisiones (2017-2018), 3. consolidación paulatina de la experiencia de gestión colectiva (2019-actualidad).

Uno de los primeros puntos de referencias es la propuesta presentada por dos integrantes de Slow Food en un espacio sobre comercialización de la Red de Agroecología del Uruguay (RAU) en 2012. Se proponía la necesidad de crear un espacio de comercialización directa trayendo la experiencia de restaurantes Kilómetro Cero y Mercados de la Tierra promovidos por la Fundazione Slow Food. Dicho modelo con orígenes en Italia, tiene la finalidad de suministrar alimentos de corta distancia, centrados en la producción agroecológica y el vínculo directo con el/la productor/a.

En paralelo, entre 2010 y 2016 se despliega en torno a la contaminación de la Laguna del Cisne (suministro de agua potable local), un intenso conflicto socio-ambiental, debido, entre otras cosas, a las fumigaciones con agroquímicos en plantaciones de soja cercanas. Durante el conflicto, el MA articuló con personas vecinas de la cuenca y organizaciones sociales, emitiendo una declaración contra el modelo transgénico, y generando un plan de ordenamiento territorial para la cuenca que definía la prohibición de la fumigación con avioneta y una zona buffer con apoyo a la transición agroecológica de los productores.

A partir del proceso que comienza en 2010, se logra conformar la Comisión de Cuenca en 2014, mientras que en 2016 se concretan las medidas de ordenamiento territorial, junto con una serie de estrategias de apoyo a la transición agroecológica. A su vez, en 2014 se presenta desde el Municipio un proyecto a fondos de Presidencia (OPP) de Apoyo a Pequeñas Localidades, para iniciar la construcción del MCA. En el proyecto aún incipiente, reconocido con el nombre de "Polo de Desarrollo Local", figuran como socios comprometidos con acciones y recursos los siguientes espacios: Intendencia de Canelones, Comisión Nacional de Fomento Rural (CNFR), Sociedad de Fomento Piedra del Toro, Comisión de Vecinos de Estación Atlántida y Slow Food. Basado en el modelo de la Red de Almacenes de Campo del Movimiento Sin Tierra (MST) de Brasil, esta propuesta busca dar respuesta al conflicto en la Laguna del Cisne ofreciendo nuevas oportunidades para consolidar la agroecología en la región.

Finalmente, en 2015 y 2016, con el proyecto y el terreno aprobado, comienzan a generarse reuniones convocadas por el Municipio, con paulatino apoyo de la Agencia de Desarrollo Rural de Canelones (ADRC) y con diferentes organizaciones y productores/as. Además de los socios iniciales, se suman algunas nuevas Sociedades de Fomento Rural y como actor clave la RAU. Las organizaciones disputan sentidos otorgados a la propuesta, existiendo tensiones sobre el origen de la idea del Mercado, la forma de organizarse y tomar decisiones, la relevancia que tendrían las organizaciones (especialmente la CNFR y la RAU) y el Municipio en su

gestión, la representatividad de los participantes como parte de las organizaciones, los vínculos político partidarios, etc.

En enero de 2017 el MCA abre por primera vez, con una infraestructura básica de planchada de hormigón, estructuras metálicas, lonas de feria y un baño, dos días a la semana (miércoles y sábado), como un mercado directo de productores familiares, plenamente agroecológico o en transición. Una vez en marcha, el MCA comienza a sumar nuevos productores/as (no siempre agroecológicos), en una estrategia pragmática ante la falta de volumen de frutas y verduras agroecológicas ofrecidas, y la voluntad de acercar otros productos alimenticios y artesanales que diversificaran al Mercado. Invitados por algunos/as productores/as participantes, y/o por el Municipio, se suman productores/as convencionales, que no eran parte de la cuenca de la Laguna del Cisne (por lo tanto, ajenos al proceso de cambio en el ordenamiento territorial y transición agroecológica), algunos de zonas más alejadas del departamento, y con productos artesanales no necesariamente alimenticios (plantas, tejidos, bebidas alcohólicas, etc.). Esto cuestionó por la vía de los hechos el sentido inicial del MCA como espacio de comercialización agroecológica y de productos locales, lo cual derivó en fuertes debates internos, especialmente con las organizaciones de segundo grado como la CNFR y la RAU.

En este período de expansión ingresan artesanas y productoras de la Red de Grupos de Mujeres Rurales, de la Red de Semillas Nativas y Criollas y de varias Sociedades de Fomento Rurales de Canelones. Finalmente, en 2018 se produce un quiebre en la Sociedad de Fomento Rural (SFR) Piedra del Toro, desde donde se desprenden varios productores/as que estaban integrando el MCA, y fundan la SFR Cercanías, mientras que también la CNFR y la RAU como organizaciones de segundo grado deciden dar un paso al costado en la cogestión del MCA, y en ese mismo año quedan en segundo plano también la Comisión de Vecinos de Estación Atlántida, Slow Food, y la ADRC.

Desde comienzos de 2019 hasta la actualidad, estos cambios tomaron forma, se fueron consolidando y armando estructuras organizativas (descritas más adelante), y debatiendo diferentes puntos de tensión que lograron sostener el MCA como experiencia colectiva compleja e interesante. Muchos/as productores/as mencionan en estos últimos años la relevancia del armado del reglamento, las comisiones, el aporte del 5% de las ganancias para fortalecer un fondo común y el proceso de autoorganización que se vino dando en base a tensas pero sostenidas asambleas en el tiempo donde se fueron llegando a distintos acuerdos. En la visión de los/as entrevistados/as, el arduo y tenso proceso que significó sostener el funcionamiento semanal logró darle sentido al espacio, definiendo en conjunto los objetivos comunes y los modos de funcionamiento.

El MCA es actualmente cogestionado entre los/as productores/as familiares y el MA, con apoyo de la Intendencia de Canelones. Funciona los sábados de 9 a 14 horas durante todo el año. Además de la venta de alimentos agroecológicos, en transición y convencionales, se ofrecen productos artesanales como medicinas naturales, tejidos y plantas. Casi todos los sábados un pequeño grupo de

integrantes del MCA se encarga de preparar un almuerzo que se vende a bajo costo tanto para productores/as como consumidores/as. Asimismo, de manera esporádica o para fechas puntuales se realizan espectáculos musicales, de danza, talleres y charlas.

Los principios básicos de funcionamiento expresados en su reglamento se podrían resumir de la siguiente manera: un mercado de venta directa de productores/as familiares (sin reventa ni comercialización de productores/as sin registro de productor familiar), integrados a organizaciones rurales (SFR, redes, etc.), centrado en la producción agroecológica pero habilitando comercialización de productos en transición o convencionales debidamente identificados, con prioridad en los/as productores/as de Canelones, respetando el acuerdo de los productos habilitados para cada puesto (con posibilidad de modificar el acuerdo en la Asamblea) y apuntando a la alimentación saludable y la organización de los/as consumidores/as. Si bien se reconoce que el MCA no es un mercado exclusivamente agroecológico, se insiste en la valoración de la producción certificada como orgánica y las prácticas amigables con el ambiente.

Las decisiones se toman en cuatro espacios articulados: la Comisión Tripartita (representantes de los/as productores/as, Municipio e Intendencia), la Asamblea del MCA (todos los/as productores/as integrantes del Mercado), Comisión de Gestión: (conformada por 5 integrantes elegidos en Asamblea), Subcomisiones (comunicación, fiscal, tesorería y abastecimiento; conformadas por tres integrantes electos en asamblea, excepto la de tesorería que es un titular y un suplente).

### ***Trayectorias heterogéneas y sentidos en composición***

El MCA es una *trama de tramas* que se teje, alimenta y tensiona a partir de dos características principales: la vincularidad familiar y vecinal (trama local) y la politicidad feminista que se transfiere desde el rol importante de las mujeres y sus colectivos. La composición, se vincula a las trayectorias y sentidos presentes en la experiencia caracterizada por la diversidad y multiplicidad de situaciones vinculadas con los distintos momentos y modalidades de integración de los/as participantes. Ello tiene como consecuencia vivencias y sentidos múltiples que por momentos producen conflictos.

Con matices y gradientes, existe un relato generalizado entre los/as productores/as que son parte de “los que fueron quedando por el camino”, es decir, excluidos y/o marginados del sistema agroindustrial y sus dinámicas de concentración productiva y comercial. En este sentido, ninguno se siente parte del relato triunfal del país agroexportador de commodities. Ocupan un lugar “incómodo” en la estructura social, dado que no son ni los/as ganadores del sistema, ni los que desaparecieron definitivamente. A pesar de todas las dificultades y desestímulos que atraviesan, dan testimonio de la dificultad del sistema agroindustrial para producir alimentos sanos, de buena calidad y amigables con el ambiente.

Quienes participan del MCA son segunda, tercera y hasta cuarta generación de productores/as rurales familiares, muchos incluso de la misma zona en que se encuentran actualmente. Hay una historia larga de conocimientos, saberes y vínculos que se ponen en juego, que junto a los recursos materiales son parte importante de la sostenibilidad de las experiencias. Esta relación entre generaciones se extiende a las futuras, ya que varios/as integran a sus hijas/os o parientes cercanos a las actividades productivas de los predios e incluso a la atención de los puestos. Esta situación presenta mayores contrastes y heterogeneidades, en algunos casos no ven viable la permanencia de familiares directos en la actividad, por diferentes motivos. En este sentido también es de destacar arreglos que van deformando la lógica de la herencia tradicional, en este sentido pudimos identificar algunos casos donde se buscan personas conocidas y de confianza que puedan continuar con las actividades no siendo familiares directos.

Una de la trama que le da sostén e imprime un modo particular a la experiencia es la constituida por *grupos de mujeres rurales* de diferente tipo. Cierta politicidad doméstica -en general invisibilizada por la organización- proviene de una amplia mayoría de mujeres que participan del Mercado estando a su vez vinculadas a algún grupo predominantemente femenino. Así, encontramos a la propia Red de Grupos de Mujeres Rurales, pasando por varios grupos de mujeres que se fueron conformando en torno a las Sociedades de Fomento Rural y otras organizaciones. Solo la Red tiene participación directa en el MCA, sin embargo, las otras grupalidades de mujeres hacen posible la existencia de la experiencia. Varias productoras llegaron al MCA por invitaciones que circulan en estos grupos de mujeres. Pero su ingreso formal se realiza por otras organizaciones, sobre todo Sociedades de Fomento Rural. Ésta trama cumple una función vital, pero al no participar directamente corre el riesgo de quedar invisibilizada y no valorizarse.

El territorio canario vinculado al MCA presenta una intensa trama organizativa, donde las personas participan en más de un espacio, e incluso ordenan esa participación de acuerdo con la mejor conveniencia, esta situación permea la experiencia desde sus participantes. Hay un sentido consensuado que gira sobre el permitir la comercialización y valorizar los productos que tienen dificultades en los canales tradicionales, brindando mayor estabilidad a los/as productores/as, así como un acceso adecuado a los/as consumidores/as, en cuanto al precio y la calidad. También se destaca el contacto directo con consumidores/as para difundir qué y cómo producen; los vínculos entre los/as productores/as, entendiendo al MCA como actividad de socialización, como un “espacio que les hace bien”; y finalmente como posición ética, como ámbito de lucha y como estrategia para el cuidado de la vida.

Como toda experiencia colectiva no está exenta de *tensiones y conflictos*. Estos, siendo procesados adecuadamente, no tienen necesariamente que producir efectos negativos duraderos. El problema con las diferencias es la vocación de eliminarlas, en esos momentos se instala en los colectivos una guerra interna que desgasta y erosiona la capacidad creativa y los vínculos entre sus integrantes.

Las tensiones más relevantes emergentes están vinculadas a la permanencia de productores/as convencionales que no se encuentran en transición ni parecería viable que lo realicen a corto plazo. También identificamos conflictos en los modos en que se ejecutan las fiscalizaciones de los productos que se comercializan y otros mecanismos de autorregulación. La gestión de las diferencias y los conflictos señala siempre un equilibrio frágil. En este sentido, el colectivo no tiene experiencia colectiva y muchos de los conflictos se generan porque los acuerdos no están claros.

La experiencia del MCA se encuentra viva, y por tanto adapta y da forma a los requisitos, a la vez que los cumple, los afecta y moldea. Hay un límite siempre difuso y complejo entre darle forma a la experiencia propia, ajustando modalidades y requisitos y que ello no promueva su desviación o descomposición. Aunque algunos de los ajustes generan conflictos y tensiones, estos se producen en dinámicas colectivas de conformación de nuevos acuerdos o en el cumplimiento de algunos ya definidos, donde las instancias de decisión colectiva están claramente definidas.

### **Configuraciones socioeconómicas entorno al alimento**

#### ***Reconexiones múltiples: el vínculo con el producto, la relación entre los/as productores/as y con los/as consumidores/as***

Como hemos introducido anteriormente, el MCA es un lugar de encuentro y convivencia semanal entre productores/as familiares, entre quienes tienden a valorar la producción agroecológica. El incentivo común explicitado como fundamental es la protección de la salud tanto de productores/as como de consumidores/as. Así, se destacan algunos casos en donde la motivación para iniciar la transición agroecológica refiere a sintomatologías asociadas al uso de agroquímicos.

*“Uno trata, primero que nada, por la salud de uno de echar los menos químicos posibles, porque cada vez son más agresivos y todo lo demás y de ahí a ser orgánica hay un largo abismo.” (No. 12, productora)*

*“Un poco del hecho de vivir acá y no enfermarte, o sea, no auto envenenarte y (...) por la búsqueda de hacer algo mejor de calidad, pero de calidad, no sólo en el gusto, sino de calidad en salud.” (No. 15, productora)*

Respecto al proceso productivo se destaca el carácter artesanal, lo cual genera en la mayoría de los casos una relación afectuosa con el alimento/producto. La cercanía se vincula en general con una tradición familiar y de saberes locales. Existe “orgullo” al hablar del producto que venden que se deja ver a través de la explicitación de las formas y los modos de producirlo que se traslada a los consumidores. Esta relación de cuidado y esmero hace visible el trabajo vivo a través del cual el producto es resultado de un proceso. En varios discursos, la salud del ambiente se experimenta como parte de la salud humana.

*“Si, tenés otra relación con los animales, el relacionamiento que tenemos nosotros.. no es humano la palabra, pero es más directo, más cercano y por lo general en el campo cuando vos matás para comer, es otra manera de matar también, no es eso de matar por matar o matar en masa, matás igual pero es otra manera...”(No. 6, productora)*

*“(...) o sea mirar un poco alrededor del lugar donde uno vive, o sea hacer ese trato con los animales, con el medio, con la naturaleza (...)” (No. 15, productora)*

Respecto al vínculo que se establece entre consumidor/a y productor/a, se encuentra en ambos/as la búsqueda por generar una relación distinta a la comercial habitual. Para el/la productor/a la ganancia no es sólo económica, entran en juego otros aspectos a considerar como la confianza y el respeto, lo cual genera fidelidad, que, si bien a la larga produce impacto económico, también busca generar un vínculo afectivo con el/la consumidor/a. Para el/la consumidor/a la relación directa con el/la productor/a es muy valorada, siendo las causas más nombradas cuando los consultamos (encuesta consumidores/as) sobre los motivos para comprar sus alimentos en el Mercado.

La revalorización de las relaciones humanas, convierten al Mercado en un espacio social desbordando su carácter exclusivamente comercial. Esto coincide con las perspectivas de la antropología de la alimentación (Poulain, 2002; Contreras, 1995), desde donde se sostiene que los mercados de abastos son una de las instituciones sociales fundamentales en las cuales se produce una interacción entre lo ecológico, lo biológico y lo social (Gomez Benito, 2008, en Robles, 2014).

*“le compró un puerro, pero, se pone a conversar y conversamos de esto, aquello, lo otro y, eso también tiene un valor, que a veces la gente no lo ve, yo será que miro mucho el valor ese, el afectivo, o no sé como se dice, miro lo económico ni que hablar, porque no pago las cuentas con amor, pero miro.., esa parte (...)” (No. 12, productora)*

Dentro de esta diversidad de interacciones que se producen en el Mercado, el/la consumidor/a conoce el proceso que sufrió un alimento; desde que es semilla o gen animal hasta que llega a sus manos, donde la conciencia ambiental cumple un rol fundamental. Circula el conocimiento de las tareas y los recursos necesarios para producir un alimento, donde el tiempo es un factor fundamental que condimenta el valor y esfuerzo que realiza el/la productor/a. En este sentido el “producto” vendido/comprado se constituye en objeto-relación valorado por ambas partes.

*“(...) me preguntan ¿cuáles son las plantas nativas y cuáles no? Viste, hay todo un montón de cosas que ese vínculo directo vos le podés transmitir a la persona de esa manera.” (No. 1, productora)*

*“he comprobado que a la gente le gusta que seas productor, que seas tu, porque te pregunta, (...) aparte la gente valora mucho el esfuerzo del trabajo en el campo, saben que es un trabajo muy digamos sacrificado, lo saben, entonces prefiere comprarle al que lo produce que al otro que (...) no hace nada y gana más que el mismo productor.” (No. 13, productora)*

Según Robles (2014) es posible admitir que el MCA es una institución social donde se genera una “cultura de mercado”, un espacio donde se producen relaciones de confianza entre consumidor/a y productor/a, se valorizan alimentos frescos, de calidad y proximidad, y se fomenta un flujo de intercambio de conocimientos gastronómicos. En ese sentido el autor propone que “ambos factores —calidad y comunicación escenificados en los mercados de abastos— aportan un valor simbólico vinculado con la salud del cuerpo, el bienestar social basado en las relaciones de confianza, y el ecosistema donde se producen los alimentos que compartimos” (p. 141-142).

La estrecha relación personalizada y de confianza entre productor/a y consumidor/a mediadas por el alimento es de contribución mutua. La demanda de nuevos alimentos o de sus formas de consumo, invitan al/la productor/a a investigar y conocer distintas maneras de producir, y de organizar sus productos.

*“(...) los primeros tiempos que iba al mercado la gente me decía “No haces paté de morrón”, (...) no no, nunca. “No pero voy a hacer” Le digo y vine, busque en internet paté de morrón y pa pa. Y después habían otros patés, el de remolacha y gracias a esa clienta, hoy tengo una línea de 5 patés que es lo más vendido. (No. 13, productora)*

*“(...) de a poco el mismo mercado te fue enseñando que es lo que compran, lo que no compran. Yo nunca en mi vida había visto ni había escuchado del kale (...) tenés que ir innovando e ir viendo qué es lo que consumen que es lo que quieren para ir mejorando lo tuyo” (No. 12, productora)*

La incorporación de distintas demandas genera una mayor diversificación e implica un impacto positivo en la salud de consumidores/as. Pero también de las familias productoras, dado que cuentan con más variedad de alimentos disponibles para el consumo propio, logrando también diversidad de sabores y nutrientes.

*“(...) nosotros nos dedicábamos a plantar mucha cebolla, mucho zapallo, boniato, varias hectáreas, entonces todo eso lo fuimos achicando y empezamos a plantar otras cosas que el mismo mercado te va enseñando cómo kales, rúcula, cilantro...” (No. 12, productora)*

En síntesis, el vínculo comercial de retroalimentación permanente que se establece en el MCA entre productor/a y consumidor/a constituye un aspecto diferencial de legitimidad, basado en la confianza y el interés mutuo, donde se destaca su contribución en la salud de los/as implicados/as, en el cuidado ambiental y en el desarrollo local.

### **Precio, valorización y sentidos del “buen alimento”**

Es de consenso entre los/as productores/as que la venta directa de sus productos implica una mayor ganancia económica en comparación a otras formas de comercialización, por la inexistencia de intermediarios, aunque también exige mayor trabajo, en particular tiempo que no se le dedica a la producción.

La valoración de los alimentos producidos, genera discusiones y reflexiones en torno a la definición del precio. Existe una continua tensión entre, por un lado, la necesidad de tener en cuenta la actividad humana haciendo valer las horas y el tipo de trabajo que realizan más allá de los precios definidos por la Unidad Agroalimentaria Metropolitana; por otro lado, la preocupación de que el precio sea accesible no sólo para una élite.

*(...) hacemos una mermelada, se saca la cuenta de costo y de las horas que te llevo para vender ¿Viste? No es que la vendí sólo porque es orgánica y así el precio del costo, pero no vendés por orgánica, ponés la hora de trabajo (...) se toma en cuenta porque trabajás mucho más.” (No. 14, productora)*

En el caso de los/as productores/as hortofrutícolas -rubro mayoritario-, se destaca el fuerte rol que ejerce el colectivo, ya que el proceso de definición de precios constituye una instancia de diálogo y construcción que se maneja con naturalidad; caracterizada por la búsqueda de información, el intercambio y el acuerdo que otorgan mayor valorización al producto agroecológico.

*“Los precios más allá, más o menos nos los consultamos, se consulta o me dicen el otro día llegué y dice subió la papa. Y bueno y entonces le pregunté cómo lo iban a vender ellos para yo no venderlo a menos, porque si no es una competencia.” (No. 4, productor)*

*“(...) nosotros siempre tenemos que estar en precio, un escalón sobre lo convencional. Nosotros llevamos una lechuga que los convencionales la están cobrando 30, nosotros la estamos cobrando 40 o 45 y lo mismo en las hojas (...)” (No. 7, productor)*

Se distinguen por tanto modalidades diversas de fijación de precio, donde hay muchos factores en juego. Sin embargo, es posible identificar estrategias de valoración de la producción familiar local y el acceso a alimentos sanos. Lo cual se identifica con el modelo de sistema agroalimentario que promueve la soberanía alimentaria (Rosset y Martínez, 2014; Gordillo y Méndez, 2013; De Gorban, 2015).

Respecto a las ideas que tienen los/as productores/as del MCA sobre un *alimento “de calidad”*, se identifica un alto grado de problematización sobre las distintas cuestiones alimentarias. Por un lado, el buen alimento se define a partir del impacto en los cuerpos humanos al ser ingeridos. Aquí “comer bien” refiere a una dieta variada, balanceada, de productos naturales que tengan propiedades

nutritivas, alimentos saludables e inocuos, que contengan el menor procesamiento industrial y la menor cantidad de aditivos.

*“La accesibilidad al mal alimento, al alimento que te engorda, pero no te nutre, es mucho mayor (...) la industria tiene cosas maravillosas, pero ahora nos está destruyendo, si vos mirás es todo químico, colorante y vos decís ¿qué carajo estoy comiendo?” (No. 15, productora)*

Por otro lado, se retoman dimensiones que tienen que ver con las repercusiones que las decisiones alimentarias tienen en la vida humana y no humana en general. Se aborda desde la mayoría de los discursos, una dimensión ética en torno al alimento y la alimentación que refiere a las condiciones de trabajo, los intereses de grandes corporaciones que profundizan la desigualdad y la falta de equilibrio que como sociedad (cada vez más urbana) tenemos en relación a lo rural, la naturaleza y al ecosistema del cual somos parte.

En algunos discursos se retoma la concepción micropolítica del alimento haciendo hincapié en la importancia que tiene otorgarle centralidad en la cultura y la socialización. También la importancia que tiene en la conformación de relaciones sociales intrafamiliares, sobre todo en las relaciones de género y las relaciones generacionales. Se resalta por un lado, la importancia de las mujeres en las decisiones alimentarias y por otro lado, la necesidad en formar a las nuevas generaciones “de otra manera”. Emerge una problematización profunda sobre cómo nuestra sociedad de consumo reduce la práctica de conseguir y preparar el alimento a una “pérdida de tiempo”, “una actividad esclavizante”, “un trabajo que tiende a tercerizarse a través de la industria para tener más tiempo”, etc. En contraposición, se propone redefinir el acto de adquirir, manipular, cocinar y consumir los alimentos como una actividad central vitalizante, tanto para la propia sostenibilidad material y física de las personas, como para recrear las propias relaciones familiares y la socialización en general. Aparece una reivindicación por parte de varias personas entrevistadas en la dimensión “espiritual/emocional” vinculada a lo artesanal, a la práctica y los rituales compartidos a través de la comensalidad.

Los/as productores/as manifiestan la búsqueda por lograr un alimento de calidad, lo cual se transmite a los/las consumidores/as, convirtiéndose en “sello de confianza”. Incluso un alimento que él/la propio/a productor/a consumiría, lo cual es un signo de la estrecha relación que se genera entre ambos/as. Peter Singer y Jim Mason (2009) en su libro “*Somos lo que comemos*” retoman la importancia de la transparencia y el derecho a saber cómo se producen los alimentos, en cuanto a las relaciones de equidad o desigualdad que se generan, así también como las relaciones de empatía o extractivismo y crueldad frente a la vida animal/vegetal que se estructura en torno a ellos.

Las definiciones que emergen sobre un buen alimento por parte de los/as productores/as encuentran un correlato en la visión de los/as consumidores/as del MCA. Al ser consultados por cómo definirían un “buen alimento”: el 56% hace

referencia a “lo natural”, refiriéndose a la producción de verduras y frutas orgánicas y la cría de animales libres y cuidados. Los términos que usan mayoritariamente son lo orgánico y en menor medida lo agroecológico, también se señala la producción sin el uso de productos químicos y casi no se le llama agrotóxicos, aunque se usa en algunos casos el término “venenos” y “contaminantes”. Por otro lado, en más del 50% de los casos, los/as consumidores/as mencionan aspectos directamente relacionados con la salud, asociando “lo saludable”, a alimentos nutritivos, caseros, lo menos industrializados posibles, sin aditivos artificiales. Por último, aparece en el 22% de los casos referencia a la “variedad”, remarcando un buen alimento como una dieta balanceada con base a frutas y verduras y en el 12% remarcan dentro de un buen alimento la calidad de la materia prima, asociada a lo fresco y sabroso (más que a la estética).

### ***Percepciones sobre la política alimentaria y los modos de vida***

A continuación, presentaremos la percepción y opinión de los/as productores/as acerca de las políticas públicas y los distintos modos de vida que existen al producir alimentos hoy en Uruguay. Dichas tensiones, retomadas desde el sentir personal y la dimensión sensible de lo político (Suárez, 2015) permiten reconocer y comprender la dimensión afectiva de la experiencia práctica, inmersa en la realidad de las diversas y complejas relaciones que se entablan.

En cuanto a la respuesta pública, existe un conocimiento y una concepción global sobre las políticas alimentarias que hace que los/as entrevistados/as las vinculen tanto al plano de la salud, como a las pautas culturales, la economía, etc. Además, parecen conocer las disputas generadas por las últimas leyes vinculadas a la temática (ej. rotulado frontal, certificación orgánica, etc.).

Más allá de que la propia experiencia del MCA involucra como cogestora a la institucionalidad pública, a la hora de evaluar el rol del Estado en cuanto a las políticas de alimentación en general y la emergencia alimentaria en particular, podemos decir que, la mayoría de los/as entrevistados/as mantienen una visión crítica. Además de insuficiente, se percibe a la política pública como contradictoria y con un alto nivel de fragmentación.

*“En cuanto a las políticas de Estado hacen todo a medias. Por ejemplo, el etiquetado, no hay políticas alimentarias reales, si las hubiera no habría una cola permitida con niños comprando paquetes de papas fritas en las cantinas de las escuelas (...) es una política de quedar bien con Dios y con el Diablo” (No. 6, productora)*

Los temas más recurrentes que se mencionan para promover y alcanzar una “alimentación saludable” son: la reglamentación y control estatal en cuestiones ambientales y de bromatología, la falta de intervención sobre el estímulo a consumir ciertos alimentos y la necesidad de políticas de formación/educación sobre alimentación adecuada.

*“Toda la vida vi en los lugares de medicina (...) el cuadro de agrupación de alimentos sobre qué debiéramos comer (...) y cuando vas a la realidad, hacen las canastas de asistencia y nunca fue una fruta, una verdura... no están presentes en la alimentación de la gente más vulnerable”. (No. 5, productora)*

Se problematiza, el efecto que el abuso de agroquímicos podría tener sobre la salud, tanto directamente -sobre productores/as que los aplican y consumidores/as que lo ingieren- como indirectamente -por la contaminación del ambiente en el que vivimos-. A su vez, se visualiza la necesidad de que el Estado estimule el consumo de frutas y verduras y desestime el consumo de productos ultraprocesados.

*“Pa' cambiar. Y esto es como, como ir a la escuela (...) hay que agarrar el borrador y borrar todo, (...) limpiar el pizarrón para empezar a escribir el pizarrón de vuelta, con mucha capacidad y con menos intereses” (No. 8, productor).*

Los/as productores/as conciben a la producción local y familiar como esencial para garantizar una oferta de “alimentos que alimentan”, distintos a los ultraprocesados. Sin embargo, resaltan la escasez de políticas que contribuyan con la subsistencia de la producción familiar y agroecológica.

*“te dejan vivo pero no te dan nada. No te ayudan (...) el acceso a la tierra es muy difícil. Asesoramiento a los compañeros que se dedicarían, tampoco, no tenés asesoramiento (...) es todo muy luchado, peleado” (No. 1, productora)*

La práctica de gobierno a nivel global se visualiza enfocada mayormente a una racionalidad que delinea prioridades, estrategias y medios para objetivos vinculados con la exportación y no a las necesidades locales. Por ejemplo, la importancia en coordinar políticas que eviten el deshecho; señalando que si la regulación del alimento lo concibiera como bien de uso -y no de cambio-, estaría centrada en cuestiones que hoy pasan desapercibidas.

*“a nosotros nos sobra mercadería y a la gente no le llega, yo se que hay niños que no comen una fruta, que te juro que a mi a veces me da una tristeza, vos tirás pero hermosas ciruelas y vos decís, pensar que hay niños que lo podrían aprovechar, (...) Eso, yo apuntaría a eso, a buscar los lugares y cómo llegar.” (No. 16, productora)*

Si bien existe una heterogeneidad de posiciones entre los/as productores/as frente al Estado, emerge una percepción compartida respecto a que las políticas que rondan al alimento se dirigen mayormente al gran capital, consolidando una idea de “desarrollo”, “progreso” y “mejor vida” asociado al modelo agroindustrial y al consumo urbano. En contraposición, se plantea que la producción familiar tiende a concebirse como un sector asociado al “atraso”, a las rémoras del progreso, más que a la solución.

*“El modelo agroindustrial es una tendencia porque tiene todo para ser tendencia. Tiene redes, televisión, radio (...) va a seguir cada vez más fuerte porque ellos*

*están haciendo plata con eso y mucha, con las enfermedades, con los alimentos, con todo mucha plata, mucha plata... pero los niños y adolescentes tienen que redescubrir otra cosa. (...) En la historia del Uruguay, se ha dicho y hecho mucho lobby con la alimentación, pero poca cosa en otro sentido” (No. 5, productora)*

Si las prácticas gubernamentales, han tenido, en tanto conjunto de técnicas de subjetividad que logran una experiencia, un modo de vida, una forma concreta de “estar-en-el-mundo” (Castro-Gómez, 2010, p. 42), podríamos pensar a través del análisis del discurso de los/as productores/as que históricamente la alimentación como política del Estado -por acción u omisión- se ha centrado en el desarrollo del capital y la política del commodity, más que el modelo promovido por la soberanía alimentaria.

Respecto a los modos de vida, los/as productores/as manifiestan una tendencia homogeneizante del modelo agroindustrial dominante basado en: producción a gran escala, monocultivo con aplicación de paquetes tecnológicos, uso de agroquímicos e industrialización del procesamiento. En contraposición, se identifica una heterogeneidad de situaciones vinculadas con la producción familiar a pequeña y mediana escala, que cuenta con una larga historia y experiencia en Uruguay, donde conviven formas de producción agroecológica y no agroecológica; sector que según los/as productores/as se encuentra en proceso de descomposición a nivel general.

*“(...) es espantoso, cuando nosotros vinimos todavía quedaba, pero ahora vas para esos lados que vivimos nosotros y no, son todos taperas, ya nadie y yo creo que también eso afectó a las ciudades, los cinturones que se hicieron los asentamientos y todo eso, porque tampoco hay trabajo para tanta gente.” (No. 10, productora)*

La forma de comprender el alimento que se comercializa en el MCA está continuamente relacionada con el “modo de vida” de los/as productores/as, donde el alimento es producto y a su vez productor de prácticas cotidianas y formas específicas en que habitan los territorios.

En primer lugar, la mayoría de los/as productores/as destaca que además de producir alimentos para vender, producen para autoabastecerse, donde valoran la producción sin intermediaciones. Se sabe qué se come, cómo fue producido y dónde, porque se está directamente involucrado en ello, generando cierta independencia del mercado hegemónico.

*“Te esclavizaron en diferentes lugares y te joden con tu plata. Te sacaron de la cocina, te mandaron a laburar y comes porquerías, estás horrible y estás dejándole la plata a ellos” (No. 5, productora)*

El vínculo directo con la producción primaria del alimento, su proceso vivo y situado en un contexto concreto, se articula así con la elaboración directa y consumo del mismo, para lo cual se requiere tiempo. En este sentido, se menciona

el ir y venir cotidiano entre la producción y el hogar, el trabajo y el descanso auto-definido, las tareas productivas y el cuidado familiar. Por lo que es un modo de vida que articula producción y reproducción de la vida en un mismo predio, entrecruzando tiempos y espacios para acciones cotidianas (cocinar, cuidar personas y animales, reunirse o intercambiar con la vecindad).

En segundo lugar, relacionado con lo anterior, en varias entrevistas se destaca la posibilidad de “tener tiempo”, y el ritmo tranquilo de trabajo y vida como algo característico del modo de vida inscripto en el alimento.

*“De a poco, con más tranquilidad, con más tiempo, las cosas esperan, si no lo hacés hoy lo hacés mañana tranquilo, no es algo que te asfixia ¿Viste? A salir obligado, como ir a trabajar todos los días a una oficina o cumplir ¿No? Son vidas distintas” (No. 8, productor)*

Destacando que esta velocidad cotidiana tranquila, es la que permite acompasarse con los ritmos y ciclos vivos de la producción; es lo que habilita los cuidados, el autoconsumo, etc., pero también lo que permite que el vínculo productor-consumidor se desarrolle.

En tercer lugar, se menciona en varias entrevistas el nivel de vida sencillo, austero, lleno de sacrificios, pero también confortable, creando formas de economía doméstica que permitan subsistir dignamente, sin tener que obedecer a tiempos de producción que no se acompasan con sus necesidades. En síntesis, las y los productores/as señalan que su modo de vida se ve reflejado en el alimento que comercializan, sea por su ritmo tranquilo, su vínculo directo a través del autoconsumo y la elaboración artesanal, su sacrificio, su autonomía o su sencillez.

Esto nos permite pensar que integrar el MCA, y comercializar alimentos allí es una forma de defender, cuidar y sostener un modo de vida específico, de productores/as familiares y pequeños arraigados a sus tierras. Esta politización del alimento implica no solo saber y cuestionarse quién y cómo produjo lo que se comerá, sino que en el intercambio entre productores/as y consumidores/as, viaja junto al alimento un modo de vivir, de habitar la tierra, de relacionarse con lo humano y lo no-humano, de conocer y acompañar sus velocidades, etc. Modo de vida que se encuentra bajo amenaza por el modelo hegemónico agroindustrial de producción de comida.

### **Reflexiones finales**

En medio de un contexto regional y nacional en el que avanza la agroindustria concentradora de tierra, productora de materias primas y algunos alimentos industrializados, abstraídos de su contexto de producción y las relaciones humanas (y con la naturaleza); Canelones, como cinturón urbano de gran importancia en la producción de alimentos no se queda afuera de dicha tendencia. En dicho contexto el MCA resulta una experiencia muy interesante como alternativa concreta de

reterritorialización y fortalecimiento de lazos locales, con más de 7 años de funcionamiento.

En síntesis, el MCA comienza a funcionar públicamente en enero de 2017, pero sugerimos entender su historia a partir de tres hitos: 1. gestación de la idea y puesta en marcha (2010-2017), 2. funcionamiento inicial y debates sobre la forma de integrarse y tomar las decisiones (2017-2018), 3. consolidación paulatina de la experiencia de gestión colectiva (2019-actualidad). La experiencia actual, con amplia diversidad de productores/as, organizaciones rurales de respaldo y productos ofrecidos, funciona los sábados, con interesante flujo de consumidores de la zona, y bajo una modalidad de autogestión de los/las productores/as con apoyo del Municipio y la Intendencia.

La heterogeneidad del colectivo, la cual fue resaltada reiteradamente a lo largo del artículo, se ve reflejada claramente en los modos de integrar y representar las organizaciones rurales, desde pertenencias orgánicas y referencias fuertes a las organizaciones, hasta productores que solamente cuentan con el aval, pero apenas rinden cuentas una vez al año de su participación en el MCA. Esto incide en los sentidos

dos que se le atribuyen a integrarlo: la posibilidad de comercializar directamente su producción, generar vínculos directos con consumidores, también aparecen sentidos vinculados a tener un espacio de socialización con pares, poder reinventarse en la producción, posicionarse política y éticamente.

La posición que genera un fuerte sentido de pertenencia está vinculada al autoreconocimiento como productores/as que, excluidos o marginados del sistema agroindustrial hegemónico, recrean formas colectivas de comercialización que les permita permanecer en sus territorios, sosteniendo un modo de vida rural, centrado en la producción familiar y/o agroecológica. Es posible así comprender al MCA como una “trama de tramas”, incluso más allá de las organizaciones que aparecen institucionalmente avalando a los/as integrantes. Entre otras, se destacan las tramas familiares y vecinales, y los diversos colectivos de mujeres que dan sostén y respaldo al hacer cotidiano de los/ las productores/as.

En cuanto a las formas de comprender el alimento de los/as productores/as del MCA, se señala como central el vínculo directo con el/la consumidor/a, como una relación de confianza y afecto, que permite dar a conocer a quien consumirá todo el proceso productivo, la relación con el entorno, las problemáticas y alternativas ambientales, e incluso, el vínculo artesanal del/la productor/a con su producto. Este vínculo retroalimenta los saberes, intereses y preocupaciones de los/as productores/as, incluso provocando diversificación en la producción a partir de demandas específicas de los/as consumidores/as. La relación entre consumidores y productores recompone la confianza (perdida en las solitarias cadenas del alimento industrializado) y permite adaptar la dieta a las estaciones y al contexto biofísico. En otras palabras, el alimento además de ser un producto sano y de calidad, es también parte del vínculo en sí mismo, la relación entre consumidores y

productores y todo lo que se comparte allí (saberes, afectos, territorios, etc.). También se vivencia al alimento como una trama de vida, es decir, como objeto que encarna los flujos de vida humana y de la naturaleza, conjunto de relaciones de interdependencia que se materializan en el objeto comestible. En este sentido, las discusiones en el Mercado que rondan la agroecología y lo ambiental permiten retomar el alimento como algo relacional, medicinal, que nos vincula directamente con la naturaleza.

Otro hallazgo importante es que este modo de producir mayormente integrado a la reproducción social y cultural de los/as productores/as, genera relaciones desde las cuales se cuestiona el sistema agroalimentario hegemónico actual, destacándose el tipo de producción, distribución y consumo del alimento; pone en discusión continua las dietas, velocidades y posibilidades de la alimentación actual. En relación con esto, se produce una tensión continua con el mercado hegemónico en relación a la forma de definir el precio, ya que los/as integrantes del Mercado ponen en el centro la accesibilidad de sus productos y no tanto el valor de mercado, incluso en algunos casos se destaca también contra la valoración de su trabajo.

Se entiende al alimento como fruto de un “modo de vida” que se sostiene (en muchos casos resistiendo a un entorno arrasador que avanza acaparando tierras). Este modo de vida se refleja en el alimento que se comercializa, sea por su ritmo tranquilo, su vínculo directo a través del autoconsumo y la elaboración artesanal, su sacrificio o su sencillez. Su hacer como productores familiares resiste ante el modelo hegemónico, que cuenta con el apoyo de las grandes políticas del Estado, mientras perciben que como pequeños productores se los deja hacer pero con tímidos aportes. Esto nos hace pensar en qué se pierde (o está perdiendo) con la desaparición de la producción familiar, qué modos de habitar los territorios, de vivir en relación con la naturaleza se están desintegrando, y cuál es el valor de experiencias como la del MCA para contrarrestar dicha tendencia.

Como reflexión final, retomando el propio nombre de la experiencia, más allá de las múltiples significaciones posibles, el Mercado de Cercanías permite sintetizar varias aristas relevantes: por un lado, entender al “Mercado” como un lugar de intercambio, no exclusivamente económico o de mercancías, sino centrado en el flujo de saberes, experiencias, afectos, modos de vida; como espacio de encuentro-puente y tiempo de permanencia para que las relaciones germinen, donde se produce un continuo descubrimiento (y reconocimiento) recíproco entre productores/as y con consumidores/as. Además, el énfasis en las “Cercanías”: la centralidad del vínculo entre productores/as y consumidores/as, y entre los/as productores/as entre sí, la proximidad geográfica de la producción, la cercanía como confianza, como afecto entre productores/as y su producción, y la relación directa y afectuosa de los/as productores/as con sus territorios, es decir, su habitabilidad.

A modo de conclusión, puede sostenerse que, el MCA como experiencia concreta y local, sin estar exento de tensiones y conflictos, construye ciertos acuerdos, a

través de los que se logra funcionar y dinamizar cierta politización del alimento, en cuanto a los modos en que nos volvemos a hacer cargo como sociedad de qué comemos, cómo fue producido, quiénes lo produjeron, dónde y en base a qué formas de habitar los territorios. De esta forma el Mercado interpela el modelo agroalimentario hegemónico actual, poniendo en evidencia la tensión capital-vida. Politiza el alimento porque lo pone en el centro del vínculo entre productores/as con los/as consumidores/as, como puente de comunicación y reconocimiento mutuo, de debate sobre la realidad actual y los conocimientos familiares y ancestrales, de problematización de las relaciones entre humanos y con la naturaleza, de conocer al detalle los procesos productivos-creativos. Politiza en el sentido de que abre la posibilidad de reconocer otros presentes silenciados de la producción familiar y la agroecología, porque permite imaginar y construir otros futuros que no sean en la góndola de los ultraprocesados impersonales de los supermercados. Politiza porque permite, al menos parcialmente, devolver la capacidad de decisión y gestión de un elemento central en la vida cotidiana personal y colectiva: la comida.

El Mercado de Cercanías de Atlántica, nos permite repensar en la posible y necesaria producción de lo común entorno al alimento desde la perspectiva de la soberanía alimentaria, como creación continua que superpone capas de los lazos comunitarios que gestionan la vida: desde los tejidos de productores/as en sus territorios y vecindades, entre productores/as, con los/as consumidores/as; hasta el mercado como experiencia con su entorno barrial y regional, generando una reterritorialización del sistema agroalimentario, cogestionado con el Estado. Mientras que lo visible es un alimento sano, artesanal y de calidad que se intercambia en un espacio lleno de conversaciones, en lo invisible todas estas capas de tejidos hacen posible que el alimento sea una forma más de que nos hagamos cargo y decidamos directamente cómo vivimos y habitamos en común.

## Referencias

- Acosta, S., Collado, F., González, T., Machín, T., Martínez, D., Pacheco, M., Pérez, C., Rosado, K. y Taranto, S. (2018). *Problemas ambientales y territorio: una aproximación desde las metodologías participativas a dos cuencas metropolitanas*. Informe final de curso. Programa Integral Metropolitano / PIM <http://www.fadu.edu.uy/investigacion/efi-2017/problemas-ambientales-y-territorio-una-aproximacion-desde-las-metodologias-participativas-a-dos-cuencas-metropolitanas/>
- Aguirre, P. (2019). *Una historia social de la comida*. Lugar editorial.
- Caparrós, M. (2014). *El Hambre*. Grupo Editorial Planeta SAIC.
- Carámbula, M. y Oyhantcabal, G. (2019). Proletarización del agro uruguayo a comienzos del siglo XXI: viejas y nuevas imágenes de un proceso histórico. *Eutopía: Revista de Desarrollo Económico Territorial*, (16), 161-180. <https://www.redalyc.org/pdf/6757/675771392007.pdf>

- Carballo González, C. (2018). *Soberanía alimentaria y desarrollo: caminos y horizontes en Argentina*. Buenos Aires: Mónadanomada.
- Cardeillac, J. (2020). Un polarizado Uruguay: tendencias en la estructura agraria 1990-2011. *Revista de Economía e Sociología Rural*, 58(4), 1-17.
- Castro-Gómez, S. (2010). *Historia de la gubernamentalidad. Razón de Estado, liberalismo y neoliberalismo en Michel Foucault*. Pontificia Universidad Javeriana – Siglo del Hombre – Universidad Santo Tomás.
- Ceroni, M. (2018). Rasgos centrales del agronegocio en Latinoamérica: la experiencia en el Uruguay. *Perfiles Latinoamericanos* 26 (52), 1-29.
- Contreras, J. (Ed.). (1995). *Alimentación y cultura: necesidades, gustos y costumbres* (Vol. 3). Edicions Universitat Barcelona.
- De Gorban, M. (2015). *Hablemos de Soberanía alimentaria*. Monádanomada. file:///C:/Users/59898/Downloads/Hablemos+de+Soberan%C3%ADa+Alimentaria%20(1).pdf
- FAO (2021). *Hambre e inseguridad alimentaria*. Disponible en: <https://www.fao.org/hunger/es/>
- Federici, S. (2020). *Reencantar el mundo. El feminismo y la política de los comunes*. Traficantes de Sueños.
- Florit, P. y Piedracueva, M. (2015). Contrahegemonía y Estado en el agro uruguayo: estrategias de resistencia de organizaciones rurales. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(37), 119-137.
- Gazzano, I.; Achkar, M. y Díaz, I. (2019). Agricultural transformations in the Southern Cone of Latin America: Agricultural intensification and decrease of the aboveground net primary production. Uruguay's case. *Sustainability*, 11(24), 7011.
- Gordillo, G; Méndez, O. (2013). *Seguridad y soberanía alimentarias. Documento para la discusión*. FAO. <https://www.fao.org/3/ax736s/ax736s.pdf>
- Gudynas, E. (2014). Conflictos y extractivismos: conceptos, contenidos y dinámicas. *Decursos, Revista en Ciencias Sociales*. 27-28, pp. 79-115.
- Gutiérrez, R. (2018). *Comunalidad, tramas comunitarias y producción de lo común. Debates contemporáneos desde América Latina*. Ed Pez en el árbol/Ed Casa de las preguntas.
- Mançano, F. (2009). *Territorios, teoría y política*. En: Calderón, Georgina y Efraín León (Coord.). *Descubriendo la espacialidad social en América Latina*. Vol. 3. Editorial Itaca.
- Moore, J. W. (2020). *El Capitalismo en la Trama de la Vida. Ecología y Acumulación de Capital*. Traficantes de Sueños.
- Navarro Trujillo, M. y Machado Aráoz, H. (2020). *La trama de la vida en los umbrales del Capitaloceno. El pensamiento de Jason W. Moore*. Bajo Tierra Ediciones.

- OXFAM (2021). *El virus del hambre se multiplica. Conflictos, COVID-19 y cambio climático: una combinación mortal que agrava el hambre en el mundo*. [https://oi-files-d8-prod.s3.eu-west-2.amazonaws.com/s3fs-public/2021-07/The%20Hunger%20Virus%202.0 media%20brief SP.pdf](https://oi-files-d8-prod.s3.eu-west-2.amazonaws.com/s3fs-public/2021-07/The%20Hunger%20Virus%202.0%20media%20brief%20SP.pdf)
- Piñeiro, D. (2014). Asalto a la tierra: el capital financiero descubre el campo uruguayo. En *Capitalismo, tierra y poder en América latina (1982-2012)*. pp 215-257. CLACSO.
- Poulain, J. P. (2002). *Sociologies de l'alimentation*. Presses Universitaires de France.
- Rieiro, A. Pérez, L., Cauci, A., Zino, C., Pena, D., Castro, D., Risso, F. y Muniz, F. (2023) *Alimento como trama de vida: configuraciones socioeconómicas en el Uruguay contemporáneo*. Montevideo: Udelar.
- Robles, J. (2014). Mercados municipales y tecnologías digitales: entre el e-comercio y nuevas formas de convivialidad. *Anthropologica*, 32(33), 137-161. Disponible en: [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0254-92122014000200007&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S0254-92122014000200007&script=sci_arttext)
- Rosset, P. y Martínez, M. (2014). Soberanía reclamo mundial. *Ecofronteras* 18(51), 8-11. <https://revistas.ecosur.mx/ecofronteras/index.php/eco/article/view/1056/1029>
- Rossi, V. y Figari, M. (2008). *Versión modificada y actualizada. El campo uruguayo, una mirada desde la Sociología Rural*. Montevideo, Depto publicaciones, Facultad de Agronomía, pp. 73-92.
- Sassano, K.; Iccardi, P.; Giordano, G.; García, R.; Parrilla, G.; Reyes, A. y García, P. (2016). *Análisis del conflicto ambiental de la Cuenca de la Laguna del Cisne: territorio en disputa*. Programa Integral Metropolitano - Universidad de la República.
- Shiva, V. (2016). *¿Quién alimenta realmente al mundo?*. Capitán Swing Libros.
- Singer, P. y Mason, J. (2009). *Somos lo que comemos: la importancia de los alimentos que decidimos consumir*. Paidós.
- Steel, C. (2014). *Ciudades hambrientas. Cómo el alimento moldea nuestras vidas*. Capitán Swing.
- Suárez Lima, A. L. (2015). *Las Patronas: la dimensión sensible de lo político*. [Tesis de Maestría en Sociología, Puebla] icsyh-buap.
- Sum Sologaistoa, T. (2021). *Conflictos territoriales en Canelones (2008-2020): el agronegocio en territorios de soberanía alimentaria*. [Tesis de Licenciatura en Geografía. Universidad de la República]. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/29651/1/uy24-20063.pdf>
- Vázquez, S. y Ceroni, M. (2019). Territorialización del agronegocio en el Uruguay: una mirada desde la geografía agraria. *Eutopía. Revista de desarrollo económico territorial*. (16) 119-140.

