

# Junto, tupido y abundante

Economías feriantes y (contra)organización política

José María Miranda Pérez





**José María Miranda Pérez** es Licenciado en Antropología de la Universidad Nacional de Córdoba y actualmente becario doctoral de CONICET en el Instituto de Antropología de Córdoba (IDACOR, CONICET-UNC). Forma parte del N-NAC (Núcleo NaturalezaCultura) con sede en el IDACOR; sus trabajos sobre prácticas de la economía popular y modos no hegemónicos de colectivización y politización han sido presentados en congresos y publicaciones en la Argentina y el exterior. Nació en Lima, Perú, y desde hace más de diez años reside en la ciudad de Córdoba, Argentina.





# Junto, tupido y abundante

Economías feriantes y  
(contra)organización política

José María Miranda



Imagen de tapa: Puesto de chicha decorado por el día del niño, exhibiendo diferentes bebidas y postres. Foto de Agustina Viazzi.

ISBN: 978-987-1983-33-9

Primera edición: Editorial Antropofagia, mayo de 2018.

[www.eantropofagia.com.ar](http://www.eantropofagia.com.ar)

Miranda Pérez, José María

Junto, tupido y abundante : economías feriantes y (contra) organización política / José María Miranda Pérez. - 1a ed. -

Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Antropofagia, 2018.

188 p. ; 23 x 15 cm. - (Etnográfica / Guber, Rosana)

ISBN 978-987-1983-33-9

1. Etnografía. I. Título.

CDD 306

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723. No se permite la reproducción total o parcial de este libro ni su almacenamiento ni transmisión por cualquier medio sin la autorización de los editores.

## Serie Etnográfica

La **Serie Etnográfica** es una colección de etnografías breves en el campo de la Antropología Social y Cultural. Editada conjuntamente por el Centro de Antropología Social del Instituto de Desarrollo Económico y Social (CAS-IDES) y la Editorial Antropofagia, esta colección promueve y difunde la investigación antropológica contemporánea acerca de la vida social y cultural de la Argentina y América Latina.

Los volúmenes aquí reunidos resultan de un proceso de referato o evaluación académica, y muestran diversas experiencias de investigación basadas en el trabajo de campo etnográfico, es decir, en una práctica de conocimiento caracterizada por la presencia prolongada del investigador en el mundo social que desea conocer y la relación personalizada con sus protagonistas. Resulta, así, en una colección que revela aproximaciones novedosas a los modos en que los procesos sociales se desarrollan, transforman y viven. La **Serie Etnográfica**, entonces, invita a todos aquellos que estén interesados en comprender las diversas problemáticas, desafíos y posibilidades que los grupos sociales afrontamos en nuestra vida en común.

Desde 2006, esta **Serie** publica el Primer Premio del concurso “Eduardo P. Archetti”, otorgado a la mejor tesis de Maestría en Antropología sobre la Argentina, Ecuador, Guatemala y Noruega. El certamen anual se realiza en homenaje a este lúcido y creativo colega, fallecido en 2005 cuando, tras abrir el camino a los estudios de la masculinidad y el deporte, se proponía internarse en los sabrosos vericuetos del Malbec.

**Directora:** Rosana Guber

**Comité Académico:** Fernando Alberto Balbi, Julieta Quirós y Natalia Otero



# Contenido

<b>Agradecimientos</b> .....	11
<b>Introducción</b> .....	13
<b>Capítulo I. <i>La Feria</i></b> .....	21
Los barrios migrantes .....	23
La Feria .....	25
Sus orígenes .....	28
Los sectores de la Feria .....	30
Alrededores del puente y el patio .....	31
Pérgola .....	32
Glorieta y arboleda .....	33
Zonas verdes .....	33
Las vendedoras .....	34
Argentinas y bolivianas .....	36
Los hermanos .....	39
Usos del espacio .....	39
Los puestos .....	40
Los comedores .....	42
Puestos de postres, tamales, causas y papas rellenas .....	43
Puestos de chicha morada, chicha de jora y cebada .....	44
Parrillas, fogones y cocinas .....	45
Puestos de ropa, juguetes, películas y bisutería .....	46
Puestos para los niños .....	46
Los visitantes .....	47
Los tiempos en un día de feria .....	49
La permanencia .....	52
Más allá de lo peruano .....	53
<b>Capítulo II. <i>Engancharse</i></b> .....	55
El ensamblaje .....	56
Hacer caseritos .....	60
Seducir a los clientes .....	64
Hacer crecer el negocio .....	65
Hacer crecer la Feria .....	68
El buen trato .....	72
Superar la vergüenza .....	75

Engancharse .....	80
<b>Capítulo III. Organizarse</b> .....	83
Las reuniones .....	85
El acuerdo de la limpieza .....	86
Los expertos .....	90
La comisión organizadora .....	93
El día de la madre o el día de los malentendidos .....	99
Los malentendidos se multiplican .....	102
La confianza de Cacho .....	107
De vuelta a la voz de las vendedoras .....	109
Todo vuelve y vuelve con más fuerza .....	112
El ensamblaje como organización .....	117
La Feria como lo común .....	120
<b>Capítulo IV. Equivocarse</b> .....	123
La equivocación como el modo de la Feria .....	124
Más allá de las vendedoras .....	125
Las ONG y las dos Ferias .....	126
La Feria de los peruanos y el mercado .....	128
Los políticos: ¿organización u organizarse? .....	131
Los hermanos: pregonar la palabra, pregonar las comidas .....	136
Intervenir: los estudiantes .....	139
Pasarse la voz .....	141
¿Micrófonos o radios? .....	145
El equívoco como éxito .....	150
<b>Consideraciones finales</b> .....	161
<b>Anexo I. Las vendedoras</b> .....	165
<b>Anexo II. Las comidas</b> .....	175
<b>Bibliografía</b> .....	181
Fuentes .....	185
Entrevistas .....	186

“... ponen las indias toda su mercadería o parte della, si es fruta o cosa de este género, hecha montocitos pequeños en ringlera, de valor de medio o de un real cada montocillo, si es carne, partida en trozos del mismo valor, y por este orden las demás cosas. La india que llega a comprar con su maíz en lugar de dinero, se asienta muy despacio junto [a] la vendedora y hace un montoncito de maíz, y se le parece poco, no dice nada ni hace señal alguna más que estárselo mirando, y mientras desta suerte, es dar a entender que no se contenta del precio; la que compra tiene puesto los ojos en la vendedora, y todo el tiempo que la ve estarse así sesga, va añadiendo a su montocillo algunos granos más de maíz que no son muchos: y si todavía se esta reacia, añade otro y otras muchas veces, pero siempre muy poca cosa, hasta que la que vende se contenta del precio y declara su beneplácito no de palabra, que desde el principio al cabo no se dicen ninguna, aunque dure el conformarse media hora, sino de hecho, extendiendo la mano y recogiendo para sí el maíz.”

Bernabé Cobo

“Escribir es igual que cazar,  
y el poema no deja de ser un animal,  
una forma de vida ajena a nosotros.”

Ted Hughes



# Agradecimientos

Quiero agradecer en primer lugar a la Feria de los Patos y a todas las personas que la habitan y hacen posible cada domingo. Sin la apertura, paciencia y amabilidad con la que generosamente me permitieron acompañarlas en sus quehaceres cotidianos este libro no hubiera sido posible. A ellas y ellos les debo todo lo dicho y no dicho en las páginas que siguen. Agradezco especialmente a Viviana, Angie, Ceci, Liz, Luchito, Silvia, Sol, Dolores, la Abuelita, Jacqueline, Marcela, el Sueco, Julio, Rosana, Marina, Mariana, Lucas, Alfonso, Carmen, Gloria, Cacho, Marta, Kevin, Ángela, Marcos, José (*in memoriam*), Rosa, Gladys, Elena, Edwin, Francisca, Wendy, Doña Isabelina, Liliana, Gabriela, Manzanita, Victoria, Karla, Mayra, Moisés, Efrén y María. También quiero agradecer a CECOPAL por facilitarme información sobre su labor en la Isla de los Patos y haberme permitido formar parte de algunas reuniones de la Mesa Migrante de Córdoba. A Lu, Cyn, Guada y Rochi, compañeras de la Escuela de Trabajo Social (UNC), con quienes llevamos a cabo un proyecto de intervención en la Feria y cuyo tiempo compartido enriqueció mi perspectiva sobre el compromiso social y el quehacer académico.

Este libro es una versión corregida de mi Trabajo Final de Licenciatura en Antropología, defendido en septiembre de 2016 en la Universidad Nacional de Córdoba. Mi especial agradecimiento al jurado evaluador: Mariana Tello, Marcos Gastaldi y Julieta Quirós, cuyas atentas observaciones fueron fundamentales en las correcciones e incorporaciones que la presente versión espera haber logrado. A Francisco Pazzarelli, que me acompañó y orientó como director en cada paso de esta investigación y cuyo estímulo intelectual y creativo fueron una pieza clave en el desarrollo de este libro. A Marcio Goldman, cuya lectura y comentarios fueron muy valiosos para enriquecer mis ideas y afectos sobre lo que la antropología hace y puede hacer. A lo largo de mi proceso de formación en estos últimos años he compartido ideas, experiencias y lecturas con mi compañeras y compañeros del NNAC (Núcleo NaturalezaCultura, IDACOR-CONICET): Bernarda Marconetto, Claudia Amuedo, Henrik Lindskoug, Mariano Bussi, Cecilia Argarañaz, Pablo Barrionuevo Torres, Maia di Lello, María Sole-

dad García, Salomé Kuitca, Agustina Molina y Guillermo Gardenal a quienes agradezco sus intercambios, que sin duda me han vuelto más sensible en el oficio de etnógrafo. También doy las gracias al proyecto SECyT-UNC “Cosmopolíticas de la cocina. Etnografías de relaciones culinarias y seres no-humanos en el noroeste argentino (andes meridionales)” y al Instituto de Antropología de Córdoba-CONICET, que apoyaron económicamente la publicación del presente libro.

Finalmente, quiero agradecer a María Esteve cuya corrección de estilo mejoró excepcionalmente la versión original de este texto y a Agustina Viazzi por el registro fotográfico que lo acompaña.

# Introducción

Este libro presenta una teoría local de las relaciones sociales, económicas, espaciales y políticas, que emerge del análisis etnográfico de la dinámica cotidiana y contemporánea de una de las ferias de comidas más conocidas de la ciudad de Córdoba, Argentina. En otras palabras, es una traducción etnográfica de un modo específico de definir qué son las relaciones y cómo organizarlas en el espacio y el tiempo; un modo que, como veremos, desafía a otros que tenemos profundamente arraigados y que sólo puede surgir y ser expresado en (y por) las ideas y prácticas que dan forma cada domingo a la Feria de los Patos.

El trabajo de campo que nutrió esta investigación inició en el año 2013, mientras cursaba la Licenciatura en Antropología (FFyH-UNC). Esos primeros y esporádicos apuntes serían el comienzo de una relación con la Feria de los Patos que proseguiría con diferentes momentos de intensidad hasta el día de hoy. Durante dieciséis meses, desde septiembre de 2014 a diciembre de 2015, llevé adelante la etapa más sistemática de trabajo de campo, a través de visitas semanales a la Feria. La mayoría de los eventos que son abordados en este libro proceden de este período.

Las imágenes sociales, periodísticas, institucionales y académicas de la Feria de Los Patos suelen resaltar la condición peruana y migrante de este espacio y sus actividades. Sin embargo, desde mis primeras exploraciones observé que tales condiciones no eran tan evidentes como parecían, ni en la propia composición objetiva de la Feria, no hay sólo vendedoras de origen migrante, ni en los discursos y prácticas que reconocí entre las propias feriantes. Partí de la hipótesis de que las relaciones que organizaban a la Feria de los Patos no reposaban, al menos en principio, en identificaciones como las mencionadas y que debía atenderse a la presencia y prácticas de todos los colectivos implicados en su constitución. Por esta razón, valiéndome de la propuesta antropológica de Bruno Latour (2007), opté por un tipo de perspectiva “simétrica” que, sin renunciar a las propias clasificaciones de lo étnico que pudieran surgir en campo, me permitiera atender simultáneamente a otras posibles formas y relaciones de organización y colectivización<sup>1</sup>.

En virtud de las propias relaciones que la Feria permite configurar, mis primeras aproximaciones se hicieron en calidad de *visitante*: paseando, comprando comidas y charlando eventualmente con las vendedoras y otros clientes. Con el paso del tiempo y la confianza lograda pasé a convertirme en *ayudante*, asistiendo en diferentes tareas a las mujeres encargadas de las ventas: trasladar, montar y desmontar los puestos, ordenar las comidas y productos, traer mercadería de otros lugares, conseguir vuelto y excepcionalmente atender a los clientes. Esta situación se produjo tanto por mi interés en aprender aquello referido al manejo de los *negocios*, como al hecho de que no existe otra manera de acompañar a las vendedoras durante sus jornadas dominicales si no es ayudándolas con las tareas del puesto. Por otro lado, como argumentaré a lo largo del libro, esta es la posición por excelencia que ocupan los hombres dentro de la Feria, por lo que era lógico que fuera también mi destino.

Fueron innumerables las horas que pasé realizando estas actividades y conversando sobre la *feria*, el *mercado*, el *negocio*, el *éxito*, los *clientes*, la *sazón* y los *chismes*. Mi rutina empezaba a las dos de la tarde cuando llegaban los primeros comedores y se extendía hasta que las vendedoras a las que asistía desmontaban sus puestos, quedándome muchas veces pasadas las diez de la noche, cuando empezaba la limpieza y se daba por acabada la Feria. En ocasiones, también visitaba a las feriantes fuera de la Isla en sus trabajos semanales. Debo resaltar que aunque no dejé de explicitar las razones de mi presencia, que estaba ahí haciendo un trabajo de investigación para la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), mi verdadera puerta de acceso fue el comprar, comer y charlar. El ritmo y la forma en el que permanecí en la Feria durante mi estadía en el campo jamás dejaron de prescindir de estas condiciones.

También puedo incluir un tercer período, que se diferencia de mi rol como visitante-ayudante y que empezó alrededor del sexto

---

<sup>1</sup> “Antropología simétrica” es el nombre que Bruno Latour (2007) da a una propuesta crítica e intento de superación de la tradicional división entre la etnología indígena y las llamadas sociedades complejas; también se propone como una vía de disolución de la asimetría constitutiva del pensamiento antropológico entre el discurso del sujeto y el del objeto. Es en este sentido que utilicé el término, en tanto método para poner al mismo nivel de importancia y consecuencias epistemológicas las explicaciones locales y las de la literatura especializada.

mes. Aquí la dinámica en el campo cambió considerablemente con la llegada de cuatro estudiantes de la Escuela de Trabajo Social (UNC) a la Feria, con el propósito de realizar prácticas de intervención social para su monografía final; una suerte de ‘compañeras de campo’ por unos meses. Aunque jamás abandonaría mi papel como ayudante, pasé a involucrarme como observador y participante en dos importantes eventos durante este período: un ciclo de reuniones entre vendedoras, donde estuvo involucrada la Municipalidad de Córdoba; y un proyecto de intervención junto con mis compañeras de Trabajo Social, que culminó en la realización de seis micrófonos abiertos en la Feria entre los meses de agosto y diciembre de 2015. Durante este tiempo, gracias a la experiencia como observador en las reuniones y al trabajo en el proyecto de intervención, empecé un movimiento que me llevaría a transitar la Isla a través de largos recorridos, desde que llegaba hasta que me iba, visitando todos los puestos y compartiendo ventas, convites y charlas. Fueron estas relaciones, no siempre fáciles, las que iluminaron algunos puntos de los que este libro pretende dar cuenta.

El registro se llevó de diferentes maneras. Algunas pocas veces, dentro de la Feria a través de una grabadora de voz en la que comentaba ideas o eventos o en muy rápidas y esquemáticas anotaciones que después eran desarrolladas en extenso. No obstante, la principal forma de registro fue la redacción en casa de todo lo sucedido en mi jornada dominical. No utilicé entrevistas excepto en una sola ocasión, ya que la dinámica de la Feria me invitaba a trabajar con charlas informales, tanto con vendedoras como con clientes. Estas charlas solían girar en torno del *movimiento de gente*, las *ventas del día*, los *chismes del momento*, la presencia de *eventos* como las *radios* o *shows*, así como las tareas que me eran encomendadas. También tomé fotografías y realicé planos para comprender la distribución espacial de los puestos y apoyar la descripción material del registro de la Feria.

La posibilidad de haber transitado por diferentes posiciones (*cliente*, *ayudante* y después *chico de la radio*) me impuso un ritmo de actividades que marcaría hondamente la experiencia. En un primer momento, porque contribuyó a ubicar el trabajo “reflexivo” (Guber, 2011), orientado por la distancia consciente de mi lugar diferenciado en el campo; en un segundo momento, por la posibilidad de “ser afectado” (Favret-Saada, 2013), es decir, valo-

rando la vivencia de sentirme adentro de las lógicas de la Feria más que entendiéndolas en un sentido analítico clásico. Este segundo momento guió las formas en las que buscaría definir mi práctica, que se apoyó en un trabajo continuo de discusión con otras personas y conmigo, acerca de cómo convertir estas experiencias en una vía legítima de conocimiento. En otras palabras, cómo hacer de la “afección” una forma de recolección de datos, análisis etnográfico e instrumento de intervención. Algunas respuestas a estas inquietudes las viviría con la realización de los micrófonos abiertos, donde experimentaría plenamente ese ‘sentirme adentro’ para llevar adelante una serie de decisiones en torno a la intervención en la Feria. Se trataba, para usar las palabras de Julieta Quirós (2014), de la posibilidad de dar cuenta y comprometerme con la Feria “vívida”; son estas mismas reflexiones las que me llevarían a pensar en formas específicas de trabajar con la literatura antropológica sobre el tema y con la teoría general.

Recurrí entonces a la teoría siempre en términos de “proposición” antes que de explicación (Stengers, 2014). A saber, como ideas que abren ideas y no como la aplicación de esquemas teóricos a unos datos carentes de sentido (Guber, 2011; Quirós, 2014). Dicho de otro modo, traté de conectar productivamente lo que el campo (las vendedoras, los clientes, las relaciones y sus comidas) ya hace y dice, con lo que la literatura antropológica ofrece para seguir pensándolo, complejizándolo y de alguna manera continuándolo en la escritura (Goldman, 2015; Stolze Lima, 2013). Así, a partir de lo que el campo me propuso, llegué al registro de una serie de relaciones que, recuperando los aportes de Bruno Latour (2008) para el estudio de formación de grupos y de Verónica Gago (2014) para el análisis de espacios de economía popular, llamé de “ensamblaje”; relaciones que se mostraban indispensables para comprender lo que sucedía en la Feria y dar cuenta de la diversidad de colectivos que la constituyen. Estas relaciones fueron las que finalmente llevaron a preguntarme por el lugar de un ‘organizarse feriante’, convirtiéndose en el problema general de esta investigación. En vistas de estas consideraciones, el desarrollo de mis argumentos se desdobra en cuatro capítulos.

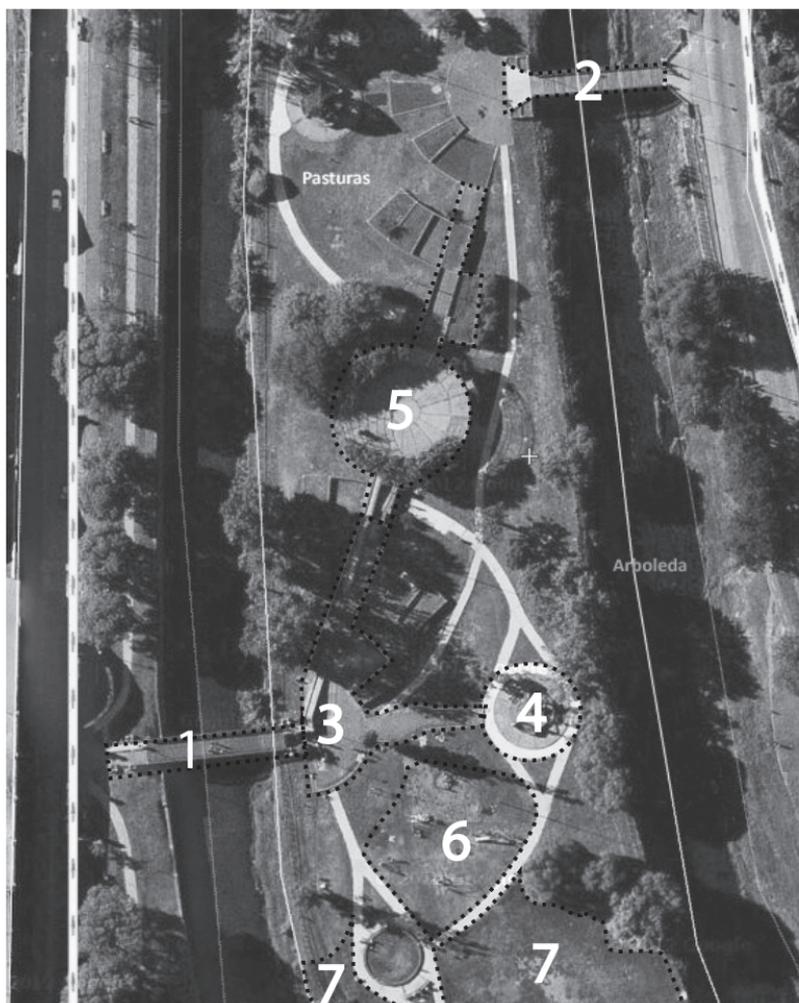
El Capítulo I está dedicado a la presentación de la Feria de los Patos, describiendo sus espacios, tiempos, tipos de puestos, actividades y personas. Es también una primera introducción a los distintos colectivos que la conforman, desde vendedoras de comi-

das, hasta militantes políticos, pasando por grupos evangélicos. Asimismo, es donde se atienden algunas de las miradas previas que existen sobre este espacio y las definiciones teóricas a las que apuntan; incluyendo las desarrolladas por periódicos e instituciones locales, así como las de la literatura especializada en los “estudios de migración”, “economía étnica” y “economía popular”. La problematización de este acápite discute mis primeras intuiciones en el campo, señaladas más arriba, poniendo en suspenso las explicaciones previas sobre la Feria y abriendo la posibilidad de preguntarnos por otras. El Capítulo II propone el concepto de “ensamblaje” para describir las maneras en que la Feria es producida cada domingo, haciendo énfasis en el funcionamiento de los puestos y las relaciones que éstos despliegan entre sí, con los *familiares*, los *clientes* y los *caseritos*. A partir de ahí se abre un abanico de prácticas que conjugan las actividades comerciales con una ‘tecnología del trato’ destinada a elaborar ciertas formas de cercanía. Esto lleva a pensar en vínculos económicos donde la importancia de los afectos no es cancelada, por lo que tomo algunas de las líneas de la “economía de las pasiones”. En el Capítulo III la pregunta gira en torno a la organización de las prácticas en su conjunto, teniendo en cuenta la ausencia de un sistema de autoridades centralizado entre las vendedoras de la Isla. Se aborda así un modo de organización que está en continuo movimiento, caracterizado por una colectivización de la palabra y las decisiones, que toma la forma de un espacio siempre disponible para los desacuerdos. Es indispensable en este capítulo la posibilidad de pensar en estas relaciones como definiendo formas no hegemónicas y vividas de tomar decisiones y hacer política. Finalmente, con el Capítulo IV se trata de mostrar que cuando la Feria de los Patos es descrita como un ensamblaje, es decir, cuando la descripción intenta abarcar todos los colectivos y actividades que la constituyen, el equívoco aparece como el modo de asociación por excelencia. La referencia al concepto antropológico de “equivocación” (Viveiros de Castro, 2004) asume las formas nativas del *malentendido*, para volver a recorrer la Feria y describir cómo las informaciones y decisiones que circulan por ella evaden cualquier tipo de consenso permanente y cancelan la posibilidad del mantenimiento de autoridades representativas. A modo de Consideraciones Finales se retoman los puntos clave de cada capítulo para pensar en una teo-

ría etnográfica del organizarse feriante y en el lugar que mi propia investigación ocupa en ella.

Con las pautas de escritura he buscado diferenciar las distintas voces del texto, entendiendo el relato de esta investigación como una composición de ideas locales y foráneas, aunque responsabilizándome de mi posición de autor. Se destacan las voces de mis interlocutores con cursiva tanto cuando aparecen en continuidad con el relato como cuando son destacadas en párrafo aparte, al igual que las notas que han sido extraídas de la libreta de campo. Las citas bibliográficas con sus correspondientes referencias están entre dobles comillas y las comillas simples son utilizadas con el fin de destacar palabras o expresiones de mi autoría que se intentan relativizar o enfatizar.

Si bien el proceso de reflexión y escritura final fue individual, con lo que los aciertos y errores del texto corren por mi cuenta, este libro también debe ser pensado como parte de un colectivo más amplio: aquél que involucra a la propia Feria de la Patos y la infinidad de diálogos que mantuve con las vendedoras, pero que también incluye a las estudiantes de la Escuela de Trabajo Social, mi director de tesis y el N-NAC. Durante los últimos dos años dichas interacciones fueron fundamentales para repensar algunos aspectos de este trabajo y es por eso que elegiré la voz de la tercera persona del plural para narrar lo que sigue.



1. Puente peatonal Alberdi.
2. Puente vehicular Providencia.
3. Patio (puestos de comidas y concentración de movimiento).
4. Pérgola (puestos de ropa, juguetes y bisutería).
5. Glorieta.
6. Juegos del predio.
7. Puestos con actividades para niños y áreas donde se juega al vóley y fútbol.



# Capítulo I

## *La Feria*

A pocos minutos del centro de la ciudad de Córdoba se encuentra la Isla de los Patos, ubicada sobre la costanera del río Suquía a la altura de la ex Cervecería Córdoba, entre la Av. Costanera Intendente Mestre y calle La Tablada. Se trata de un área parquizada de 16.000 m<sup>2</sup> de superficie, de forma alargada y relieve llano, rodeada por los barrios de Alberdi, Providencia y Villa Páez. La Isla de los Patos se conecta a la costanera por dos puentes de acceso; uno peatonal, del lado de Alberdi, frente a la antigua fábrica de cervezas, y otro vehicular, del lado de Providencia, ubicado en la otra ribera del río. El predio cuenta con una pasarela alrededor del bloque insular, un pequeño faro que marca la confluencia del río Suquía y el arroyo La Cañada, dos glorietas, una fuente circular, un teatrino y juegos, además de pasturas diseñadas para el uso de actividades recreativas.

La creación del predio se realizó en un contexto de políticas municipales que tenían como objetivo reparar la dañada imagen de uno de los componentes emblemáticos del paisaje urbano de Córdoba, el río Suquía, tras años de haber sufrido un proceso de degradación por la presencia de industrias contaminantes, acumulación de basurales, falta de accesibilidad y el desarrollo de lagunas putrefactas. Desde 1984 a 1995 la Municipalidad de Córdoba ejecutó un plan de saneamiento mejorando el cauce del río, desarrollando el sistema vehicular y tratando las áreas verdes en sectores remanentes. Fue así que el veintiuno de septiembre de 1991 se crea bajo la intendencia de Ramón Mestre la Isla de los Patos, bautizada con este nombre debido a la gran cantidad de patos liberados en el sitio. El grueso de la obra se realizó con los mismos materiales con los cuales se construyó la Av. Costanera unos años antes y para sus bordes se usaron áridos procedentes del propio lecho del río. Diseñada como parte de un programa de recuperación ambiental, pretendía funcionar (aunque no sucedió así) como un pequeño ecosistema que incluía la forestación del predio con ejemplares autóctonos y especies de jerarquía; veintiún variedades de árboles y diecinueve de arbustos, entre los cuales se

podía encontrar totoras, cañas y herbáceas acuáticas. Esto produciría un microclima artificial que daría lugar al establecimiento de fauna autóctona e implantada: patos, gansos, garzas y zancudas, entre otros<sup>2</sup>. A pesar de la monumentalidad y bienvenida del proyecto, con el trascurso del tiempo la Isla fue motivo de reclamos por parte de los vecinos y la opinión pública, que a través de diarios locales denunciaban la falta de mantenimiento y limpieza así como la desaparición de los mentados patos:

“Hoy, el estado de degradación que muestra es el reflejo de años de abandono. No sólo se encuentra descuidada en lo estético, sino que posee problemas estructurales que constituyen un verdadero riesgo para sus visitantes. La estructura de piedras envueltas en tejido metálico (gaviones) se desmoronó en varios sectores. En la sección sudeste de la isla el problema es tan grave que provocó el hundimiento del terreno (...) En cuanto a las farolas, todas fueron destruidas dejando de recuerdo un poste pintado de verde que intenta pasar desapercibido entre la vegetación. Y el faro que fue insignia de la obra, hace tiempo que no atrae a ningún náufrago, ya que sus luces también están quemadas” (*La Isla de los Patos, olvidada y en constante degradación*. 8/11/2007, Diario *La Voz del Interior*).

“Si bien no hay un estudio detallado de las causas, para explicar una devastación tan efectiva se suelen emplear cuatro distintas hipótesis. A la contaminación industrial, que se pudo comprobar en un par de oportunidades, se agrega la “teoría de la creciente”, según la cual cuando crece el río los patos son arrastrados a otros puntos del cauce y no saben volver; una preocupante y permanente referencia a vecinos del sector, que robarían tanto a los animales como a sus huevos para alimentarse; y, finalmente, se señala a los perros, callejeros o no, como un depredador posible. Un quinto factor, algo tangencial, sería la contaminación provocada por la basura” (*Nosotros y los patos*. 11/01/2013, Diario *La Voz del Interior*).

En el año 2010 bajo la intendencia de Daniel Giacomino se llevó adelante un reacondicionamiento general del espacio que, además de reparaciones, incluyó la incorporación del actual sector con

<sup>2</sup> Esta y otras informaciones pueden consultarse en las páginas oficiales del Gobierno de la Ciudad. Por ejemplo: [www.cordobaturismo.gov.ar/audioguia/167/](http://www.cordobaturismo.gov.ar/audioguia/167/)

juegos para niños. Hoy la Isla de los Patos parece cursar por un nuevo ciclo de controversias, aunque ya no por causa del estado de abandono del predio y la ribera (sobre el cual, no obstante, muchos vecinos siguen reclamando), ni por la falta de luz que continúa, a pesar del reacondicionamiento del año 2010. Esta vez, las quejas surgen por la realización de una feria dominical al aire libre, que funciona desde aproximadamente el año 2007:

“Cables pelados, postes de alumbrado sin la tapa, caños rotos, huecos en los espacios de tránsito y basura. Así se ve el paseo de la Isla de Los Patos sobre la costanera de la ciudad. Según el reclamo, la situación se agrava con los puestos que se arman todos los fines de semana. Sacan electricidad de los postes y dejan todo suelto y alcance de cualquier niño, nos cuenta el vecino.” (*La isla de los patos, un peligro*. 2/3/2016, Portal virtual *El Doce y Voz*).

La aparición de la Feria suscitó la emergencia de simpatizantes, defensores y detractores, así como una serie de intervenciones por parte de la Municipalidad de Córdoba. Intervenciones que sin satisfacer en absoluto las demandas de mantenimiento y limpieza previas se materializaron en acciones con claros propósito de control y disciplinamiento de estas nuevas actividades, vinculándose con el fuerte movimiento inmobiliario que se desarrolla en esta zona. Así, preocupada por los efectos de la Feria de los Patos sobre la construcción de un futuro complejo de edificios en los terrenos de la ex Cervecería Córdoba, la Municipalidad solicitó al Consulado de Perú que procurara que los migrantes que concurren a la Isla, se adaptaran a las normativas estipuladas, o de lo contrario previeran su relocalización en otro espacio (Tallarico y Farías, 2014).

## Los barrios migrantes

La Isla de los Patos se ubica en un escenario barrial caracterizado por un gran acervo histórico, social y cultural. Un territorio de calles, edificios y monumentos reconocidos como parte de importantes acontecimientos de la historia de Córdoba: el Museo de la Reforma, el Hospital Nacional de Clínicas, el Club Atlético Bel-

grano, la ex Cervecería Córdoba, el pasaje Aguaducho, entre otros. La larga historia de estos barrios expresa el proceso de expansión de la ciudad y la modernización del espacio urbano emprendido a partir del último tercio del siglo XIX. A partir del año 1910 esta zona es denominada por el Concejo Deliberante como Pueblo Alberdi, invisibilizando la tradición aborigen del Pueblo la Toma y considerando desde el discurso oficial este pasado como extinto. Actualmente, las comunidades comechingonas que aún viven allí reclaman por derechos vinculados, entre otros, con el reconocimiento de sus territorios y su identidad (La Patria de Alberdi y Originarios, citado en Tallarico y Farías, 2014). Tierras que fueron y son habitadas por comechingones, espacio que acogió a las oleadas de migrantes italianos y españoles, antiguos barrios obreros de Córdoba.

Desde la década de los cincuenta, además, Alberdi y Providencia se caracterizaron por la presencia de pensiones, como formas transitorias y más económicas de acceder a una vivienda. La mayoría alojaban a estudiantes que venían de distintas partes del interior de Córdoba, otras provincias y algunos países limítrofes (Perú, Bolivia, Chile), por lo general para estudiar medicina en el Hospital Nacional de Clínicas. En esa época las pensiones eran denominadas “casas de estudiantes” y durante las últimas décadas se convirtieron en los destinos habitacionales preferidos de migrantes, sobre todo de procedencia peruana (Liberatori, 2012).

La migración peruana en la ciudad de Córdoba se puede dividir en tres momentos según la literatura especializada. Una “primera oleada”, vinculada a la migración de los años cincuenta y setenta, donde primaban los propósitos educativos. Se trataba especialmente de peruanos de clases medias que se trasladaron a la ciudad de Córdoba para asistir a las universidades públicas, muchos asentándose en los barrios de Alberdi y Providencia. En la década de los noventa se daría una “segunda oleada”, con un incremento en el número de peruanos residentes en Argentina; ciertas investigaciones incluyeron este proceso dentro de las llamadas “migraciones laborales”. El nivel de instrucción formal de una población migrante joven y con una alta tasa de actividad, superior a la de los argentinos promedio, sugirió motivaciones ligadas al mundo del trabajo (Falcón y Bologna, 2013). Por otro lado, la presencia mayoritaria de mujeres en estos movimientos migratorios fue acorde a la tendencia internacional de “feminización de la pobre-

za” (Cerruti y Maguid, 2006; Falcón, 2008; Falcón y Paz, 2009). Su asentamiento se amplió hacia otros barrios (Artesanos, Güemes, Hogar Tres, San Martín, etc.), aunque siguieron aportando población a los barrios de Alberdi y Providencia, aprovechando su ubicación próxima al centro de la ciudad, así como el conocimiento y las redes establecidas por los primeros migrantes. Durante la década del 2000, inicia lo que Roxanna León Prado (2010) llama una “tercera oleada”, caracterizada por las reunificaciones familiares (ver también Tallarico y Farías, 2014).

Este libro, como anunciamos en la Introducción, no realiza una evaluación de la configuración étnica de los barrios vinculados a la Feria, ni tampoco se enmarca dentro de los “estudios de migración”. Sin embargo, los datos anteriores, además de contextualizar el trabajo de campo del que este texto es producto, se proponen como puntos de partida y posibles herramientas, que volveremos a traer en capítulos siguientes, para pensar el ‘evidente’ carácter peruano que se le atribuye a la Feria de los Patos. Para ser más claros, estaremos menos preocupados en definir étnicamente ese carácter (peruano, argentino, cordobés) y más interesados en discutir su mentada condición de evidente. En las páginas que siguen desarrollaremos los modos en los que la Feria ocupó y ocupa la Isla, presentaremos las formas en que el espacio es pensado y producido, describiremos cada una de las técnicas y comidas que circulan y escucharemos la voz de sus protagonistas. Como cualquiera de las vendedoras argumentaría, es éste y no otro el recorrido indispensable para cualquiera que desee saber ‘qué es’ y ‘qué hace’ la Feria y especialmente para entender ‘cómo lo hace’.

## La Feria

Conocida por quienes asisten como la Feria de los Patos, la Isla de los Patos o simplemente Los Patos, se trata de una feria de comidas y otros productos al aire libre que se monta todos los domingos dentro del predio de la Isla y sus alrededores próximos. Comienza a partir del mediodía con unos pocos puestos y se extiende hasta pasada las diez de la noche según las condiciones particulares del día, la circulación de personas y la estación: durante el invierno suele empezar y terminar más temprano, mientras que en el verano sucede lo contrario. La Feria de los Patos convoca a más de una

treintena de puestos dedicados principalmente a la elaboración y venta de comidas, bebidas y postres de origen peruano. En menor cantidad, se ocupan de la comercialización de alimentos no perecederos, artículos de cocina, condimentos, compactos de música, películas, ropa nueva y usada, juguetes, cosméticos y bisutería. También se ofrecen actividades recreativas para los niños como saltarines, peloteros, castillos inflables, *kartings* a pedales e incluso un taller de pintura. A ella se acercan cientos de personas de distintos barrios de la ciudad (Alberdi, Alto Alberdi, Providencia, Villa Páez, San Martín, Zumarán, Ciudad de los Cuartetos, Los Artesanos, Argüello, por citar algunos) en calidad de visitantes.

La ubicación de la Feria de los Patos en el corazón de barrios conocidos por su constitución migrante, sumado al origen peruano de una buena parte de sus vendedoras, público y comidas, han hecho que se la describa en ciertos discursos mediáticos como un ‘lugar de peruanos’:

“En una isla, por un momento, rememoran los tiempos de su Perú natal. El islote artificial los alberga todos los domingos, y cerca de las 15, una buena parte de la comunidad peruana de Córdoba se reúne a degustar los platos típicos de su nación.”  
(*La isla de las comidas típicas peruanas*. 07/02/2011, Diario *Día a Día*.).

Esta descripción de la Feria es acompañada de relatos e imágenes que la presentan como una manifestación positiva de la diversidad cultural de la ciudad o, por el contrario, se ocupan de apreciaciones negativas, como aquellas referidas a las conductas inapropiadas de las vendedoras<sup>3</sup>. Cabe señalar que la Feria de los Patos no es sólo entendida como un espacio de peruanos por algunos medios periodísticos, sino también por las instituciones que habitan o desarrollan sus actividades en las proximidades. Estas actividades incluyen entre otras las del padre Horacio Saravia de la parroquia San Jerónimo, que desde su labor pastoral articula con el Instituto de Culturas Aborígenes (ICA) y aboga por el reconocimiento de los derechos originarios y de los migrantes del barrio,

<sup>3</sup> “Sin pudor, suben autos y camionetas a la Isla de los Patos. Su paso no está permitido, pero es habitual verlos dentro de ese espacio verde. Pueden destruir el puente peatonal que conecta con la Costanera norte.” (26/02/2013, Diario *La Voz del Interior*). Para un análisis local sobre la relación entre medios y trabajo informal ver Serra, 2012.

interviniendo en diferentes medios de comunicación; el trabajo de apoyo y asesoramiento de CECOPAL<sup>4</sup> a los residentes de origen peruano y boliviano; e incluso la presencia de diversos proyectos vinculados a la Universidad Nacional de Córdoba<sup>5</sup>.

Por otro lado, desde ciertas perspectivas antropológicas, la Feria también parece coincidir con todos aquellos aspectos que además de identificarla como un espacio urbano de migración, y/o étnicamente demarcado, la vincularían al terreno de la “economía popular”, la “economía informal” e incluso de la “economía étnica”. Nos referimos a los estudios que se han ocupado de mercados y ferias informales en diversas partes del mundo, asociándolos a nociones como “clase” y “etnicidad” en vínculo con fenómenos de gran escala: procesos de migración internacional, globalización de la economía. Estas miradas suponen en general un tipo particular de economía caracterizada por una circulación de bienes, vinculada con la organización local de los grupos en cuestión y la existencia de fronteras de clase, étnicas o nacionales entre ellos (Harris, 1987; Steinhaufl, 1991; Steinhaufl y Huber, 1996; Huber, 1997; Coraggio, 1996; Serra, 2014, 2015).

Trabajos más recientes han llamado la atención sobre otro aspecto que parece revelarse como imprescindible: las “estrategias migrantes”. En estudios que evalúan la emergencia de restaurantes

---

<sup>4</sup> El Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal es una Organización No Gubernamental (ONG) situada en la ciudad de Córdoba desde la década de los ochenta. Su trabajo en la Feria se materializa en actividades enfocadas en problemáticas migrantes desde una dimensión jurídica (trámites migratorios, obtención de documento de identidad, derechos laborales), a través de consultorías ambulantes en el predio y en la sede de la institución, ubicada en Alberdi. También son promotores y responsables de proyectos destinados a fortalecer la comunicación y la organización popular desde un punto de vista cooperativista y solidario, es el caso de una serie de radios abiertas que se hacen en diferentes momentos del año en la Isla de los Patos. Más información ver: [cecopal.org/](http://cecopal.org/)

<sup>5</sup> La UNC lleva adelante diversas actividades en relación a la Feria, entre ellas las que involucran a estudiantes de Cine y Televisión realizando trabajos prácticos en el predio, tesistas de Antropología y Trabajo Social haciendo labores de campo para sus monografías finales y prácticas pre-profesionales, así como actividades de extensión universitaria. Entre los proyectos más ambiciosos cabe destacar el documental sobre la Feria de los Patos “*Un día, todos los días*” (2001), realizado por el Programa Derecho a la Cultura de la UNC. Producción que recupera relatos locales que ponen en cuestión los discursos discriminatorios y xenófobos en Córdoba, como un aporte a la reflexión sobre la inclusión y exclusión de personas migrantes en nuestra ciudad. Puede encontrárselo online en: <https://vimeo.com/45430418>

y ferias de comidas peruanas en Santiago de Chile, Walter Imilan (2014) ha analizado las articulaciones entre lo global, lo nacional y lo local, así como las estrategias de inserción económica, social y simbólica de grupos que son percibidos como étnicamente diferentes. También en la misma ciudad Alejandro Garcés (2007, 2011) y Carolina Stefoni (2008) han dado cuenta de procesos de apropiación del espacio público que convocan colectivos con orígenes comunes. Otros trabajos, enfocados en los aspectos micro de estas estrategias han hablado de una “economía de la nostalgia” (Hirai, 2009, 2014), entendiendo dichos espacios como parte de un conjunto de prácticas y servicios que actualizan un vínculo afectivo con los lugares de origen a través de la venta de productos étnicamente marcados. En Córdoba algunos estudios sobre la migración peruana y boliviana, también han insistido en la importancia de las “micro-redes de ayuda mutua”, otorgándole un protagonismo clave al rol que el parentesco y los sentimientos de pertenencia tienen en ellas (Falcón y Bologna, 2012, 2013; Domenech, 2012; Bompadre, 2010). Bajo esta perspectiva, la Isla de los Patos adquiere singular relevancia al entenderse como un espacio de encuentro de la “comunidad peruana”, en donde el vínculo con los recuerdos de los lugares de origen se fusiona con procesos identitarios, redes de información y vínculos de solidaridad (Tallarico y Farías, 2014).

Según lo anterior, la Feria de los Patos podría ser mirada a través de diferentes herramientas analíticas; todas ellas, no obstante, colocarían a cierta ‘peruanidad’ como horizonte común en las interpretaciones. Nuestra experiencia de campo mostraba, en cambio, que sin renunciar a muchas de las herramientas vinculadas a conceptos como “redes”, “estrategias” y “afectos” (que ganaban potencia en los datos) debíamos suspender por un momento el carácter sobredeterminante de la peruanidad, presente en el sentido común de los medios y en los sentidos académicos de los libros. En otras palabras, para entender la constitución de la Feria debíamos atender a las formas en que se piensa a sí misma, reconociendo su parcial constitución peruana y migrante, pero sin hacer de ésta su explicación final.

## Sus orígenes

La fecha de aparición de la Feria de los Patos es difícil de establecer con seguridad. Los relatos de las vendedoras suelen variar. En

algunos casos se afirma que son diez años, en otros ocho e incluso hay quienes dicen que no tiene más de seis. Algo similar sucede con respecto a quienes fueron las primeras personas en llegar. Para Viviana<sup>6</sup>, quien atiende un *puesto de chicha*, la Feria nace con los *hermanos*, un grupo de pastores evangélicos de una congregación con sede en Alberdi:

*Por esto me decidí a probar suerte en Los Patos, donde también se jugaba al fútbol y el vóley los días sábados y domingos. Al principio [ocho años atrás] sólo estaban en la Isla los hermanos de la Iglesia, una anticuchera, una marcianera y una chichera, que era yo.*

Sin embargo para Angie, otra *chichera* de la Feria, el origen es diferente. Ella afirma haber sido la primera vendedora de la Isla hace nueve años, mientras los hermanos se habrían incorporado hace cuatro o cinco. Era un tiempo en donde sólo se iba a jugar al vóley y solía reunirse ahí con sus *parientes* y *amigos*, en palabras de Angie:

*Me avivé y empecé a vender vasitos de chicha morada. Después llegarían otras chicheras y marcianeras. Siendo que más y más gente me habría copiado, hasta que de a poco se fue llenando la Isla y así un día apareció la Feria como la conocemos.*

A pesar de las discrepancias en los relatos de Viviana y Angie, así como de otras vendedoras, hay una parte en que la mayoría coinciden: el modo en cómo la Feria se origina. Primero, un momento en el que sólo se jugaba al vóley en el predio, hasta que una se avivó y puso el primer puesto. Después otras la replicaron y así se fueron formando los primeros clientes que antes eran *familiares*, *conocidos* o *vecinos*. De ahí en adelante se trató de una multiplicación gradual, que con el paso del tiempo no sólo fue creciendo en número de vendedoras sino en variedad de puestos. Silvia, una *salchipapera*<sup>7</sup> que desde hace seis años está en la Isla, cuenta que el origen de las comidas en la Feria se debe a su tía Sol, quien en la época en que sólo se vendían *marcianos* y *chichas*<sup>8</sup> trajo su pa-

<sup>6</sup> Ver Anexo 1.

<sup>7</sup> *Chichera*, *marcianera* y *salchipapera* refieren a ciertas mujeres en vinculación a las comidas o bebidas que preparan y venden en la Feria, en este caso: la *chicha morada*, los *marcianos* y las *salchipapas*.

<sup>8</sup> Ver Anexo 2.

*rrilla*<sup>9</sup> e hizo los primeros *anticuchos*. En ese entonces *difícilmente se podía hablar de una feria, eran sólo unas pocas vendedoras por ahí*. Después de eso, por un efecto de propagación, aparecieron otras parrillas de anticuchos, como la de Dolores. Al poco tiempo se instalaron los primeros *comedores*, como el de Lucía con sus ollas de comida.

Lugares como las ferias de migrantes, junto a otros espacios informales, han sido explicados por la necesidad de estos colectivos de producir ingresos económicos extras para su sostenimiento, organizando pequeños emprendimientos comerciales a partir de grupos familiares. En el caso de la Feria de los Patos se ha propuesto que su origen, vinculado a esta necesidad material de producir mayores recursos para la familia, también habría devenido en un proceso de apropiación del espacio público, al transformar un área semidesierta en un espacio de reconocimiento identitario, especialmente para los migrantes peruanos (Tallarico y Farías, 2014). Cabe señalar que si bien estos relatos de la Isla como un lugar abandonado antes de la Feria circulan entre las vendedoras y visitantes, también lo hacen aquellos en los que se asegura que éste ya era un lugar ampliamente habitado, sobre todo para la práctica de ciertas actividades de esparcimiento como el vóley.

Por el momento nos gustaría sólo llamar la atención sobre la existencia paralela de estas narraciones que señalan un uso previo de la Isla para actividades no comerciales y no vinculadas a operaciones de reconocimiento identitario tan obvias, como pareciese ser el caso de las comidas peruanas. Estos relatos apuntan a ciertas prácticas de ocio compartidas entre vecinos, conocidos y sobre todo familiares. Más adelante, volveremos con mayor detalle al vínculo entre esparcimiento, parentesco y necesidad económica, que nos llevará a problematizar las ideas acerca de un reconocimiento migrante del espacio y de un cálculo sólo económico como las principales razones del origen y el sostenimiento de la Feria.

## Los sectores de la Feria

La Feria de los Patos se monta dentro de la Isla y en sus alrededores inmediatos. La forma en cómo se organizan los puestos

<sup>9</sup> *Parrilla* es como designan las vendedoras en la Feria al conjunto de elementos que conforman el asador.

y el uso que hacen los visitantes del predio permiten distinguir algunos sectores, sobre los que nos detendremos a continuación: a) los alrededores del puente y el patio, b) la glorieta y la pérgola y c) las zonas verdes.

Vale aclarar, no obstante, que esta división únicamente se propone facilitar una primera descripción de la Isla, en compañía del Plano 1 incluido al principio de este Capítulo. En realidad, tanto las vendedoras como los visitantes están en constante movimiento, cambiando eventualmente los puestos de lugar, utilizando varios sectores en una jornada y reacomodándose según aparezcan otras actividades en el predio, como aquellas que la Universidad u otras instituciones llevan a cabo en determinados momentos. Es decir, aunque los espacios y usos que describiremos aparecen como relativamente estables, la Isla en su conjunto emerge como una configuración variable y potencialmente transformable de sectores y actividades: estar con la familia, comer en los puestos, encontrarse con conocidos, jugar al vóley. Éstas guardan diferentes niveles de relación entre sí; atender un comedor es también estar con los parientes, los puestos de comidas no se comunican directamente con las actividades para niños pero se benefician de su presencia, la mayoría de vendedoras no están interesadas en los eventos políticos pero consideran que *ayudan a las ventas*. Estos movimientos y relaciones tienen a la Feria como aquello que los comunica, finalmente todos están ahí porque saben que la Feria se hace cada domingo. Esta aclaración tampoco es una disculpa para justificar nuestro ‘recorte’, es más bien una reflexión etnográfica sobre el modo en que se presenta su organización, pues es con y en cada uno de estos movimientos y circulaciones que la Feria despliega su capacidad de captar y transformar a los visitantes que otras actividades convocan. Una familia, una pareja, un grupo de dirigentes políticos o de estudiantes: todos pueden devenir clientes y ese es el arte de la Feria.

## Alrededores del puente y el patio

Hay puestos que se localizan en los alrededores del puente que permite el ingreso peatonal a la Isla (frente a la ex Cervecería Córdoba), siendo una zona propicia para la venta debido a la gran cantidad de personas que se reúnen los días domingos en los márgenes del río Suquía, sobre todo en el verano. Así se aprovecha

el circuito de ingreso más utilizado a la Isla<sup>10</sup> y es intervenido con los olores, sonidos e imágenes de las comidas que se ofrecen. Si bien no son muchos, entre estos puestos se encuentra uno de los tres comedores de la Feria.

Lo que llamamos patio, es el sector cementado de la Isla ubicado inmediatamente luego del puente de ingreso. Allí se concentra gran parte de la comercialización de comidas, bebidas y postres, ocupando el espacio central del predio. A mano izquierda aparece un sendero donde se localiza un grupo de puestos que exponen sus comidas y bebidas, entre los cuales se encuentra la parrilla de Sol, una de las más exitosas vendedoras de la Feria. En frente emerge otro sendero, sobre su lado derecho se extienden tres puestos de chicha y otro más de comidas, postres y condimentos, mientras que sobre el izquierdo, algunas vendedoras de películas, juguetes y ropa. A partir de los contornos exteriores del patio y alejándose se despliegan más puestos que se sitúan en derredor de la pérgola y la arboleda, dedicados especialmente a la venta de ropa, bisutería y cosméticos. Se puede decir que existe una tendencia a ocupar los espacios desde el centro de la Isla hacia sus extremos. Es así que si hay *poco movimiento* (baja afluencia de gente), las vendedoras comienzan a concentrarse en el interior y de ahí se van extendiendo, abarcando cada vez mayor superficie en función de la cantidad de visitantes que van llegando, aunque cuidando siempre de respetar los lugares que habitualmente ocupan otros puestos.

## Pérgola

Existe cierta concentración de puestos por ramas de productos. El área cercana a la pasarela de ingreso agrupa el rubro de las comidas; la pérgola y el sendero frente a ella (que lleva al puente de acceso vehicular) reúnen a la mayoría de los puestos dedicados a la venta de ropa, juguetes, bisutería y cosméticos. Este sector está constituido por vendedoras de origen argentino, boliviano y peruano, mostrando una composición más heterogénea que el patio, donde la mayoría, con las excepciones que discutiremos luego, son peruanas.

<sup>10</sup> El otro puente (del lado de Providencia) aunque está destinado para el paso vehicular, también es utilizado por los visitantes para entrar y salir de la isla, sin embargo el puente del lado de Alberdi es el más transitado de los dos.

## Glorieta y arboleda

En estos espacios se reúnen los grupos más jóvenes. La glorieta funciona como una plazoleta elevada y debajo de ella habría, según algunas vendedoras, un supuesto salón para eventos, hoy cerrado. Cuenta con una estructura circular de metal que funciona como un techo abierto y que está semicubierto por árboles y arbustos, dificultando el acceso visual desde afuera y resultando atractivo a grupos de jóvenes entre doce y quince años (llamados *adolescentes* por las vendedoras), que suelen instalarse ahí para escuchar música desde sus celulares y pasar el rato. La arboleda, ubicada en dirección a las barandas del río que miran hacia Providencia, es utilizada por familias y grupos de jóvenes que estacionan sus autos y motocicletas aprovechando la sombra de los árboles, para sentarse a charlar y tomar una ocasional cerveza de forma semioculta, ya que está prohibido beber alcohol en el predio<sup>11</sup>.

## Zonas verdes

El resto de la Isla está compuesto por pasturas para actividades recreativas, espacios normalmente ocupados por familias que pasan el día, así como por grupos que juegan al vóley o al fútbol<sup>12</sup>. También son sede de ocasionales actividades no vinculadas al comercio, como festivales de música organizados por diferentes instituciones, mítines políticos de varias agrupaciones o radios abiertas, llevadas a cabo por estudiantes y ONG, volveremos más adelante sobre estas actividades y su importancia en la conformación de la Feria. En la parte más cercana al patio se encuentran instalados los

<sup>11</sup> Esta prohibición es sentida en las intervenciones de la policía de Córdoba, que eventualmente ingresa intempestivamente al predio, en grupos muchas veces numerosos, para detener y llevarse algún borracho desprevenido. En cierta ocasión, quedamos impresionados cuando presenciamos un *convoy* de tres camionetas y cerca de diez efectivos para detener a dos hombres que estaban tomando vino en una de las partes más alejadas de la Isla.

<sup>12</sup> Los Patos no es el único lugar donde se realizan estas actividades de esparcimiento en el barrio, también está la Canchita Chinchín, un complejo deportivo donde se alquilan canchas de fútbol y vóley. A diferencia de la Feria es un espacio con un público mayormente masculino de acuerdo a los relatos de las vendedoras (ver biografía de Viviana en Anexo 1). Otra diferencia es que en la Canchita además de comida, que no se vende en puestos sino en un restaurante dentro del complejo, también se ofrece cerveza, por lo que se suele decir en la Feria que *no es un lugar tan familiar como Los Patos*.

juegos de la plaza, aquellos inaugurados en el 2010, en cuyas inmediaciones encontramos los saltarines, el castillo inflable y el taller de pintura, montados exclusivamente para los niños.

## Las vendedoras

Aunque ocasionalmente hemos escuchado decir *puesteras* como sinónimo de *vendedora*, este último es el término más usado en la Feria y que utilizaremos aquí para referir a quienes son reconocidas como encargadas de los puestos y asisten todos los domingos para atenderlos. La gran mayoría son mujeres de origen peruano, aunque no exclusivamente, que residen en diferentes barrios de la ciudad reconocidos localmente en los medios, instituciones y literatura ya mencionada por su constitución migrante y popular: Alberdi, Providencia, Artesanos, Hogar Tres, Villa Páez, San Martín, Argüello, etc. Los lugares de procedencia son muy diversos: Lima, Trujillo, Chiclayo, Chimbote, Ayacucho, Huancayo, Huancaavelica, Huaraz, Tumbes, El Callao entre otros<sup>13</sup>. Muchas fueron primero asiduas visitantes invitadas por alguna familiar o conocida ya instalada, o simplemente fueron seducidas por el movimiento que veían en la Isla y se aventuraron a montar un negocio. Son ellas quienes constituyen el grueso de vendedoras dedicadas a la elaboración y comercialización de comidas y bebidas.

Algunas llegaron a Córdoba a través de parientes y amigos que ya se encontraban radicados en la ciudad. Muchas arribaron a la Argentina durante el ya mencionado periodo de la “segunda oleada”, motivadas por la búsqueda de oportunidades laborales y dejando atrás la difícil situación económica y social de Perú (Falcón y Bologna, 2013). En los mismos relatos también se advierten experiencias que forman parte de lo que Roxanna León Prado (2010) ha definido como la “tercera oleada”, caracterizada por las reunificaciones familiares durante la década del 2000. En términos generales, lo que refiere al momento de ingreso y el tiempo de permanencia en el país, se presenta una amplia franja que oscila entre los seis meses y los veinte años de residencia, ubicándose co-

<sup>13</sup> El conjunto de lugares de procedencia de las vendedoras peruanas es muy heterogéneo y basta con decir que incluye tanto grandes ciudades capitales como pequeños pueblos del interior, abarcando todas las regiones de Perú desde la Costa, pasando por los Andes hasta la Selva.

mo fecha promedio de ingreso a la Argentina los mediados de los noventa (Farías y Tallarico, 2014). Por ejemplo, para Viviana la oportunidad apareció a través de una *conocida* que ya vivía aquí y que en un viaje a Lima la convenció de venirse. Otras, decidieron emprender la travesía solas y sin saber lo que iba a pasar. Lucía que es encargada de uno de los tres comedores de la Feria, cuenta: *vine solita, sin guía y sin nadie, aunque en el micro me encontré con todas*. Se refiere a sus amigas que también viajaban a Córdoba y con quienes compartió el trayecto y vivió durante un tiempo hasta establecerse. Como hemos anunciado, las redes de parentesco y ayuda mutua son claves para entender los procesos migratorios por los cuales estas mujeres han logrado llegar y mantenerse en la ciudad. A través de ellas agenciaron el alojamiento, la obtención de su primer empleo e incluso la posibilidad de adquirir un terreno, una casa u otras formas de estabilidad.

Puede percibirse que una característica fundamental de la Feria es que en su gran mayoría son mujeres, sobre todo en los puestos de comidas, donde incluso en los pocos casos en que hay hombres ocupan el lugar de ayudantes, siempre bajo el mando de una mujer a cargo. Por esta razón, hablaremos de ‘vendedoras’ para referirnos al conjunto de personas que asisten con sus puestos a la Feria, reservando el uso de ‘vendedores’ a los pocos casos en donde sea necesario aclarar la presencia de un hombre fuera del rol de ayudante. Esta presencia mayoritaria de mujeres respondería a los procesos actuales de feminización de la migración y la pobreza (Falcón y Bologna, 2013). Junto con el lugar de las mujeres también aparece la importancia de la familia, tanto en el sostenimiento de las redes migratorias como en las estrategias socioeconómicas de los migrantes (León Prado, 2010). Sea porque hijos e hijas que vinieron a trabajar a la Argentina se convirtieron en sostenes económicos de sus padres que quedaron en Perú, o sea porque algunos adultos que llegaron con sus parejas, dejando al resto de la familia a cargo de sus parientes, se volvieron los encargados de enviarles dinero desde aquí. Al mismo tiempo, muchas de las mujeres migrantes trabajan durante extensas jornadas laborales como empleadas domésticas, por lo que las hijas mayores (adolescentes o jóvenes) pasan a ocuparse de las tareas domésticas y del cuidado de sus hermanos más pequeños (Farías y Tallarico, 2014).

Dicho esto, es interesante señalar que en la Feria no sólo se expresan muchas de estas rupturas con un orden previo, sino tam-

bién continuidades con respecto a dinámicas de trabajo vinculadas con la organización familiar. Muchas de las vendedoras de la Isla son poseedoras de una amplia experiencia trabajando en mercados u otro tipo de negocios vinculados al comercio informal en sus lugares de origen, donde en muchas ocasiones fueron asistidas por sus hijos e hijas, algo que sigue sucediendo en la Feria. Más adelante volveremos sobre esto para analizar en detalle cómo la organización familiar y las prácticas de venta se vinculan en este escenario específico. Basta decir por ahora que, como los textos citados anteriormente sugieren, el lugar que las mujeres ocupan en la Feria es sumamente importante, configurándose como un espacio fundamentalmente feminizado.

En resumen, podríamos decir que las redes permiten la circulación de información principalmente asociada a lo que se conoce acerca del lugar y el apoyo material a familiares y conocidos. Un tipo de vínculo que facilita que los recién llegados a la ciudad puedan, por ejemplo, conocer cómo y dónde tramitar su documento, aprender acerca del envío de dinero (remesas), generar contactos y posibilidades de empleo, o la recomendación de pensiones y otros hospedajes en los cuales poder alojarse. Desde este punto de vista puede pensarse a la Isla como un espacio de reunión donde las redes tienen la oportunidad de circular con mayor fuerza, sostenidas por aquellos y aquellas que constituyen la Feria. Además, existe un reconocimiento del rol predominante que las mujeres tienen en este tipo de escenarios, produciéndose con ello una transformación recíproca, en distintos niveles, entre las prácticas económicas y las familiares. Hemos introducido algunas discusiones sobre las particularidades de la Feria con respecto a estas características en el Capítulo II, y como veremos en la medida que avancemos, todos estos elementos (redes, información y familia) son también claves de lectura para comprender la lógica de las prácticas feriantes.

## Argentinas y bolivianas

Hasta aquí nos hemos ocupado de las vendedoras de origen peruano, sin embargo en la Feria también hay vendedoras argentinas y bolivianas, incluso más argentinas que bolivianas para el momento en que hicimos nuestro trabajo de campo. Así, a pesar del reconocimiento peruano de las comidas y bebidas comercializadas, también se pueden encontrar puestos ofreciendo *pastelitos*

*criollos* y *pasta frola* característicos de la repostería argentina, así como algún ocasional *carrito de panchos* o incluso un exitoso *puesto de salchipapas* atendido por una familia cordobesa. La presencia de mujeres bolivianas es menor; algunas vendían ropa y bisutería como el caso de Francisca otras, artículos de cocina como Wendy.

Durante nuestro año y medio de trabajo de campo pudimos advertir cómo la cantidad de vendedoras de origen argentino, sobre todo cordobesas, fue aumentando poco a poco. Cabe señalar que dentro de este grupo es posible distinguir a aquellas que ya son vendedoras estables, pues concurren domingo tras domingo, de otras que asisten eventualmente. Entre las estables encontramos a Marcela, al Sueco y a Julio, una familia cordobesa de Villa El Libertador (barrio del sur de la ciudad) que se aventuró a montar un puesto de salchipapas después de haber transitado la Isla como visitantes y de poseer experiencia previa vendiendo este plato en la Feria de su barrio, atribuida a los migrantes bolivianos que viven en la zona. También están Rosana y su hija Marina, encargadas de un taller de pintura<sup>14</sup>; Mariana y Lucas, una pareja peruana-argentina que atienden una cama elástica; y un grupo de mujeres encargadas de un pelotero, todas ubicadas en la zona de las actividades recreativas para los niños. Por otro lado, está Ricardo, que vende películas; Sebastián, que ofrece juguetes para niños; Juan, Silvia y Josefina, una familia que comercializa ropa usada; y un grupo de jóvenes que suelen hacer una pequeña feria americana (venta de ropa y calzado usado) cerca de la glorieta y el área en dirección al puente vehicular.

En lo que respecta a cómo llegaron allí, los trayectos son diversos. Están quienes respondieron a la invitación de alguna de las vendedoras ya instaladas en la Isla; otras conocían el espacio porque son vecinas de la zona o tenían parientes que les contaron; también están los que simplemente pasaron alguna vez y al ver el movimiento se aventuraron, como sucedió con los salchipaperos

<sup>14</sup> El taller de pintura funciona de la siguiente manera: en una mesa se ubica Rosana con una carpeta con dibujos (impresos en tamaño A3 y en blanco y negro) que los niños deben seleccionar, mientras la persona que los acompaña abona el precio. Luego son conducidos unos pocos metros más adelante por Marina, al sector donde se ubican los atriles con las sillas de su tamaño. Allí los dibujos son coloreados con temperas durante el tiempo que esta tarea requiera. Una vez que concluyen, Marina cuelga las pinturas terminadas en una soga para que sequen y luego puedan ser retiradas por los niños y sus familias.

cordobeses. Rosana y su hija Marina, que viven en barrio Providencia a sólo unas cuadras de la Isla, llegaron hace alrededor de un año por medio de Viviana, quien además del puesto de chicha en la Feria atiende un kiosco en su barrio, donde se hicieron amigas. Al escuchar los problemas económicos de Rosana, Viviana la invitó a *probar suerte* en la Feria, insistiéndole en que faltaban *cosas para los niños* y que el taller de pintura que ofrecía en la Feria de Plaza Rivadavia (en Barrio Alta Córdoba) podría funcionar muy bien.

En los rubros dedicados a la venta de ropa también encontramos vendedoras de origen argentino y boliviano, muchas con experiencia en otros espacios feriantes, como las ya mencionadas ferias de Villa El Libertador, Plaza Rivadavia y Parque Las Heras (ubicado entre los límites de los barrios Cofico, Ducasse y Centro). Cabe mencionar que si bien la mayoría de las vendedoras dedicadas al comercio de comidas tienen un origen peruano, este no es un factor excluyente para vendedoras de otras procedencias. Es como vimos, la situación de la familia de origen cordobés dedicada a la elaboración y venta de un *plato peruano*, las salchipapas.

Entonces, si bien las vendedoras de origen peruano adquieren relevancia por su número y por encargarse del principal atractivo de la Isla, las comidas, no puede dejar de comentarse el lugar que las vendedoras argentinas y bolivianas tienen, pues desde la propia perspectiva de las vendedoras peruanas ellas constituyen una pieza importante de la Feria. Es lo que sucede con Rosana y Marina, Mariana y Lucas, encargadas de dos de los pocos puestos que ofrecen actividades recreativas para los niños. Sin bien ellas no guardan una relación cotidiana con los puestos de comidas, situándose lejos del patio, son muy valoradas por el resto de vendedoras. Como una vez lo aclaró Ceci, también chichera en la Feria: *esas cosas son muy buenas para el negocio, porque atraen a las familias y ellas son nuestros mejores clientes. Las familias compran para los niños y compran para los padres. Todos ganamos así.* Existe un deseo común entre las vendedoras de que cada vez haya más familias en la Isla, porque *hacen que los negocios crezcan y prosperen.* Esta consideración posee muchas aristas y aparece de diferentes formas en la Feria: en el reconocimiento de la Isla como un *lugar tranquilo* porque es un espacio para *pasarla en familia* (en contraposición con la Canchita Chinchín, por ejemplo) y como describiremos más adelante, en la composición de los puestos y en las relaciones que despliegan entre sí y con los clientes.

## Los hermanos

En el patio, del lado derecho a la escalera de acceso, se monta un puesto que ofrece *hamburguesas, pollos broster, salchipapas, papas rellenas, picarones y tortas* además de bebidas como *chicha morada y cebada*. Éste pertenece a una congregación evangélica, radicada en Alberdi, quienes además de la venta de comidas realizan diversas actividades religiosas. Todos los domingos en la Isla se los escucha pregonar acerca de los atributos medicinales de la cebada (*buen para los riñones, los pulmones, los huesos y el corazón*) y predicar las enseñanzas de la biblia con las mismas voces. El puesto es atendido por un grupo que varía entre cinco y diez personas, siendo uno de los más grandes de la Feria, también es reconocido por muchas vendedoras como uno de los primeros en llegar a la Isla y que antes ya vendían comidas en el barrio. Si bien la mayoría son de origen peruano, son conocidos en la Feria como los *hermanos*, por lo cual es necesario considerarlos como un grupo aparte.

Los identifica su dedicación a dos actividades simultáneas: la comercialización de comidas para recaudar fondos para su congregación y la conversión religiosa por medio de la prédica. Todos los domingos, cerca de las seis y media de la tarde, un grupo de ellos se desprende del gran puesto y se dirige a cualquiera de los dos canteros elevados del patio para llevar adelante las tareas pastorales. Éstas se constituyen sobre dos elementos: el *dar la palabra*, con la lectura e interpretación de pasajes de la Biblia y los *testimonios*. Estos últimos son relatos de conversión dados por los miembros del grupo que describen el pasaje de un pasado pecaminoso a un presente congraciado por medio de la palabra de Jesucristo.

## Usos del espacio

Como señalamos, la Feria es un lugar sumamente dinámico, los espacios tienden a modificarse continuamente y dicha cualidad es una de las más sobresalientes de este escenario. Constantemente, se advierte gente que entra y sale. Durante nuestro trabajo de campo pudimos observar puestos que se instalaban por primera vez para comercializar sus productos, vendedoras que asistían con regularidad y otras que dejaban de hacerlo; ya sea porque regre-

saban a sus lugares de origen, se iban de visita por algunos meses o conseguían otro trabajo y se les dificultaba seguir concurriendo. Esta versatilidad es mantenida porque no existe ningún sistema de restricción consensuado para el movimiento de los puestos en la Feria. No obstante, es posible dimensionar ciertos códigos en la distribución del espacio.

Puede decirse que el área en la cual se sitúa cada vendedora tiende a ser respetada por los demás gracias a un vínculo específico, ser *compañeras de puesto*. Esta relación no se confunde en ningún caso con la amistad, como aclararon varias veces las propias vendedoras:

*Una compañera de puesto no es tu amiga, es con quien charlas porque la tienes al lado, te prestas cambio para dar el vuelto o te pones de acuerdo para fijar o cambiar los precios del negocio, te cuida el lugar cuando no estás.*

Se trata de un vínculo fundado en la vecindad y que combina cierta cercanía y prácticas de reciprocidad (hacerse bromas, cuidarse el lugar, comprarse productos entre ellas o prestarse utensilios, cambio e incluso clientes) con una tensión permanente debido a que son competidoras. Muchas veces vimos este código en acción, cuando una vendedora no concurría un domingo a la Feria su sitio quedaba vacío y nadie se instalaba allí. Les correspondía entonces a las compañeras de puesto aclararles a otras vendedoras y clientes las posibles razones de su falta: el clima, la enfermedad o un viaje inesperado. Otra de las maneras de cuidar un lugar es cederlo a otra vendedora para evitar que sea ocupado. Esta dinámica es usual cuando la ausencia es de varios meses y significa un acuerdo previo. No obstante, la tensión, los conflictos y las disputas por el lugar están siempre presentes, como retomaremos en el Capítulo II.

## Los puestos

Las vendedoras empiezan a llegar a la Feria a partir del mediodía. Según cuántas cosas traen y la cantidad de acompañantes, las formas de traslado varían. Las vecinas de Alberdi, Providencia y Villa Páez llegan empujando carritos de supermercado donde cargan los elementos del puesto: sombrillas, conservadoras, bolsas

de lona y ollas. Vienen seguidas de parientes y amigos que la ayudan a atender el puesto o las acompañan durante su jornada. Puestos más grandes como los comedores, o aquellos que vienen desde barrios más alejados, utilizan vehículos para ser trasladados. Varias familias poseen autos o camionetas propias que no sólo son utilizados para traer las cosas de sus puestos, sino que también hacen de taxis para otras vendedoras. Así, el auto de Alfonso no sólo trae y lleva a su familia y su puesto, sino que en él a veces llega Ceci y siempre se van Cacho y Marta.

Todos los puestos están hechos del rejunte de diferentes objetos: cocinas, parrillas de hierro, mesas de madera, bancas, conservadoras de plástico, ollas de metal, platos de telgopor, sombrillas, manteles y telas de todos los colores, además de una infinidad de palos y bolsas que suelen ser los materiales más comunes. Esta práctica no sólo tiene el beneficio de permitir montar los puestos con cosas que se encuentran al alcance de la mano, sino que también permite hacerlos desmontables para poder trasladarlos con más facilidad. El rejunte particular de cada puesto define además sus necesidades y posibilidades culinarias, lo que se encuentra en estrecha relación con el tipo de comidas que preparan y venden. Por ejemplo, solo los comedores ofrecen *caldo de mote*, una sopa espesa y muy sustanciosa hecha en base a granos de maíz blanco que requiere de varias horas de cocción previa en la casa de la vendedora y de ollas muy grandes, para poder trasladarla y mantenerla caliente en la Isla. Este plato además es preferentemente consumido en el puesto, por lo que poseen mesas para los comensales. En cambio, las parrillas ofrecen comidas de elaboración más simple, muy condimentadas y cuya cocción se hace en la misma Feria, como las *salchipapas* hechas a base de papas fritas y salchichas cortadas en rodajas y servidas con abundantes salsas. Al tratarse de platos más pequeños y de fácil traslado, estos puestos carecen de mesas y los comensales deben juntarse alrededor o en largas filas a la espera de ser atendidos para después dispersarse por el predio. Son los puestos que, debido al uso de parrillas y comidas muy condimentadas, producen los humos y olores característicos de la Feria por las tardes y noches de domingo.

Cuando recién llegamos a la Feria, estos conglomerados de materiales sumados a la tendencia de los puestos a ubicarse uno muy cerca del otro, sobre todo en el patio, hacían difícil distinguir las características singulares de cada uno de ellos. Nos costó varias

visitas (junto con algunas comidas, entre otras cosas) llegar a conocer cada puesto, saber dónde terminaba uno y empezaba otro, aprender su organización, composición y lugar en el despliegue general de la Feria. Lo que en principio se percibía como caótico fue tomando la forma de un orden particular. Ahora, podemos proponer una pequeña clasificación de las diferentes estrategias materiales y técnicas que los caracterizan. Aunque se funda en los modos ‘nativos’ de diferenciar tipos de puestos, no debe entenderse como una clasificación rígida, las vendedoras tampoco lo harían. Lo que sigue define, más bien, los contornos generales de prácticas que son en realidad muy flexibles, como argumentamos para el caso del uso del espacio. Por ejemplo, muchos de los puestos de la Feria utilizan más de una de estas formas a la vez. Existen comedores que tienen parrillas incorporadas, o parrillas que también venden comidas que no son preparadas en el momento.

## Los comedores

Existen tres de ellos en la Feria. Dos dentro del patio y uno fuera de la Isla, en los alrededores del puente de acceso del lado de Alberdi. Suelen distinguirse porque poseen mesas y sillas para poder sentarse, ofreciéndose como un pequeño restaurante al paso. Aquí es donde se venden las comidas de preparación más compleja o como a algunas vendedoras les gusta decir, *comidas caseras*. Al igual que los restaurantes, suelen tener un menú escrito en una pequeña pizarra al pie del puesto, donde figuran entre dos y tres platos para elegir. Lo ofrecido va cambiando domingo a domingo según la especialidad de la encargada: *arroz chaufa*, *tallarines con presa*, *caldo de mote*, *combinado*, *ceviche*, *seco de carne*, *pachamanca a la olla*. Todas, comidas tradicionales de la culinaria popular peruana. Son normalmente preparadas en la casa de la vendedora durante la madrugada de ese día (o incluso antes) y mantenidas a temperatura en la Feria por medio de un sistema de ollas, bolsas plásticas y periódicos. Los platos que se ofrecen en los comedores son aquellos con los precios más altos.

Tanto el tamaño de las porciones como la complejidad de las comidas imponen una ingesta más lenta, que sumada a la proximidad espacial con otras personas (son preferentemente consumidas en mesas pequeñas y colectivas), motiva conversaciones distendi-

das y cordiales entre la vendedora y sus clientes. Por esta razón, los comedores son de los puestos que consiguen más *clientes fijos* o, como expondremos luego, *caseritos*. Todos los comedores de la Feria están compuestos por familias peruanas, correspondiéndole a una de las mujeres del grupo, madre o abuela, la responsabilidad del puesto, mientras el resto cumple el rol de ayudantes.

## Puestos de postres, tamales, causas y papas rellenas

Son aquellos en donde las personas comen paradas o deben improvisar lugares para sentarse. Tienen mesas pero son utilizadas para armar la estructura del puesto y como mostrador de los platos que se ofrecen, extendidos sobre ellas a la vista de los visitantes. Este tipo de puestos incluye a los dedicados a la venta de postres peruanos y argentinos: *tortas*, *queques*, *mazamoras*, *budines*, *zambitos*, *arroz con leche*, *gelatina*, *leche asada*, *pasta frola*, *pastelitos de membrillo* entre otros. Así como los que ofrecen entradas calientes o frías como *tamales*, *causas* y *papas rellenas*.

Al igual que para los comedores, estas comidas son elaboradas previamente en la casa. Por su tamaño y composición, estos platos pueden ser ingeridos de pie o transportados libremente por el predio, pues se caracterizan por un consumo rápido y disperso, acompañando fielmente el movimiento de los visitantes. Son los protagonistas de las tardes, generalmente consumidos después del *almuerzo* y antes de que caiga la noche, momento en que las parrillas toman el relevo. Estos puestos necesitan menos elementos y personas para ser transportados, montados y atendidos, al contrario de los comedores que son traídos en vehículos o taxis y acompañados por un grupo más numeroso y estable de personas. Constituyen la oferta ideal para las vendedoras que no tienen a disposición muchos parientes para asistirlos o para aquellas que recién se incorporan a la Isla. Son los que más fácilmente se pueden ver aparecer un domingo para no volver a verlos al otro, lo que sugiere un vínculo entre la cantidad de familiares disponibles para encargarse del puesto y el tipo de extensión material y permanencia en la Feria. Entre éstos aparecen los negocios que no son sólo atendidos por vendedoras de origen peruano, como los que preparan y venden pastelitos criollos y pasta frola o los eventuales carritos de panchos. Situación que permite pensar que la razón por la cual los comedores son manejados exclusivamente por familias

peruanas no refiere a un límite étnico sino al hecho de poseer más parientes a disposición, junto con los recursos asociados a ellos: vehículos, ayudantes y técnicas culinarias para poder montarlos y encargarse de los mismos.

## Puestos de chicha morada, chicha de jora y cebada

Dentro de este grupo podemos incluir a los puestos dedicados a la venta de bebidas. En la Feria se comercializan *gaseosas*, *chicha morada*, *cebada* y *chicha de jora*. Comparten las características ya señaladas para el tipo anterior: son relativamente pequeños, atendidos por pocas personas y traen sus productos ya elaborados. En el caso de algunas *chicheras*, como se conoce en la Feria a las mujeres dedicadas a la preparación y comercialización de chicha morada y chicha de jora, estos puestos son complementados con un pequeño kiosco. Allí se suele ofrecer chizitos, tutucas, puffitos, galletas dulces y saladas, chocolates, alfajores, caramelos, chicles y chupetines dispuestos en un paño en el piso, justo delante de los baldes que contienen la chicha y la cebada. La organización de estos productos obedece a una lógica distributiva según la temporada del año; cuando empieza el frío, a finales de mayo, *se hace crecer el kiosco llenándolo de productos*; mientras que con los primeros calores de noviembre *se hace crecer la chicha morada y la cebada, aumentando la cantidad de baldes*.

A su vez, los puestos de chicha se vinculan con los comedores y las parrillas que venden comidas, consideradas *calientes* y que pueden ser acompañadas con algo *frío*, como las bebidas. El frío es una cualidad que debe ser producida e involucra prácticas que organizan tanto la elaboración de la bebida como el tipo de relación que se tiene con los clientes; *la chicha morada debe venderse bien fría, especialmente en verano*, y para lograr esto se utiliza un sistema de refrigeración a base de hielo, recipientes y mezclas. Cada puesto de chicha tiene varios baldes con diferentes contenidos, uno con la *chicha frisada* y otro con la *chicha al tiempo*. La vendedora utiliza una jarra de plástico con la que va mezclando ambas chichas hasta llenar una botella y obtener así una bebida fría. Con el paso de las horas la chicha frisada se va derritiendo y agotando por las sucesivas ventas y es trabajo de la chichera reponerla constantemente. Los otros baldes del puesto contienen las jarras (instrumentos elementales en este proceso) y algunos vasos

de vidrio y plástico flotando en agua. Estos últimos son utilizados cuando la chichera sirve las bebidas para ella y sus parientes o cuando un cliente a pedido especial desea tomar la *chicha en vaso*, es decir, parado frente al puesto hasta terminar la bebida.

Los elementos utilizados para hacer la chicha fría posibilitan diferentes maneras de venderla, consumirla y compartirla. No es lo mismo vender la bebida en una botella que en un vaso aunque las dos formas involucren la misma operación económica; servirla en un vaso expresa otro tipo de proximidad con la vendedora, es el modo usado para servir a la familia y los conocidos. Normalmente cuando un cliente le pide a la vendedora servir la bebida de esta forma es porque la conoce y desea compartir un momento con ella. En este sentido, por los negocios no circula un público indiferenciado, por el contrario, se trata de un público atravesado por múltiples diferencias que transitan posiciones cambiantes (*familiares, amigos, conocidos, clientes y caseritos*), como veremos más adelante.

## Parrillas, fogones y cocinas

También tenemos aquellos puestos cuya preparación de comidas se hacen en la misma Feria, delante de los visitantes y clientes, caracterizándose por el uso de cocinas, parrillas y fogones. Entre estos están los que preparan y venden *anticuchos, papas rellenas, pollo broster, salchipapas* y *picarones*. Cabe aclarar, que una parte del proceso de elaboración de estas comidas se realiza antes de llevarlas a la Isla: las papas rellenas están armadas, los trozos de corazón de res del anticucho ya condimentados, la masa de los picarones leudada, el pollo broster listo para ser frito.

Este tipo de puestos ponen en juego una estrategia diferente de ofrecimiento, ya que el cliente debe presenciar la forma en cómo son preparadas las comidas que espera. Puede sugerirse que en ellos no sólo se ofrece una comida como producto acabado, sino todas las técnicas de su preparación. En el caso de los anticuchos su ingesta debe pasar por un proceso de espera, tiempo en que son cocinados, donde los clientes y visitantes son inmersos en un humo denso y olores penetrantes producto de los trozos de res aderezados con comino, ajo picado, pimienta, jugo de limón y ají panca; cuya estimulación sensible, según algunos comensales *provoca hambre*. Tal vez por esto sean los negocios que por las tardes y noches de la

Feria ostentan las más largas filas de clientes. Este tipo de puestos incluye aquel a cargo de la familia cordobesa ya mencionada, uno de los más exitosos de la Isla. En ningún caso el origen peruano es un límite para vender comidas en la Feria, ni mucho menos para hacerlo bien, como las vendedoras explican: *lo importante es que sea abundante, que tenga rica sazón y que esté a buen precio*. Es decir, las técnicas y las buenas artes de la venta.

## Puestos de ropa, juguetes, películas y bisutería

Hay dos formas de vender ropa; están aquellas mujeres que siendo vecinas del barrio ocasionalmente hacen un rejunte de las cosas que ya no utilizan y las venden en la Isla; están las vendedoras que dedicadas al comercio de ropa, y muchas veces también de juguetes y bisutería, traen mercadería nueva. Para las últimas, la Isla es parte de un circuito más amplio que incluye la venta en el centro de la ciudad y otras ferias. Son pocas las vendedoras dedicadas exclusivamente a la venta de productos de belleza y bisutería, que son generalmente parte de los artículos que ofrecen algunos puestos de ropa.

La mayoría coloca la mercadería sobre un manta o bolsa plástica dispuesta en el piso. La ropa se dispone según la cantidad y estado; si es usada es amontonada en montículos entremezclados y si es nueva, doblada y colocada de manera ordenada a la vista de los visitantes. La concurrencia de estos puestos suele tener un carácter menos estable que la de aquellos dedicados a las comidas, a veces formando parte de la Feria por algunos domingos para después no volver durante un tiempo.

## Puestos para los niños

Finalmente tenemos aquellos puestos que ofrecen actividades recreativas para los niños: saltarines, castillos inflables, *karting* a pedales y talleres de pintura. Se ubican en las pasturas del lado este del predio, relativamente alejados del patio y los puestos de comidas, donde comparten el espacio con improvisadas canchas de vóley y fútbol o eventuales grupos evangélicos que dan clases religiosas a los niños de la Isla. La mayoría de las encargadas son de origen cordobés y tienen experiencia trabajando en otras ferias.

Estos puestos requieren varias personas para atenderlos, vehículos para su transporte y en muchos casos un generador eléctrico.

## Los visitantes

Vimos hasta ahora que la Feria de los Patos se constituye cada domingo en una intersección compleja que incluye no sólo vendedoras peruanas sino también argentinas y bolivianas, vecinos de barrios migrantes pero también estudiantes, profesionales, militantes y curiosos que se acercan por diversas razones. También cabe destacar que el comercio no es la única actividad que se realiza en la Feria, aunque tenga un papel innegable. A ella se incorporan otros tipos de actividades, desde las que realizan ONG con fines de intervención social, pasando por las periódicas visitas de distintos partidos políticos haciendo trabajo proselitista, hasta la recurrente presencia de varias congregaciones evangélicas dedicadas a tareas pastorales. Por otro lado, la Feria ha sido y es objeto de producciones académicas de la Universidad Nacional de Córdoba de diverso índole.

Como los visitantes son muy importantes para las vendedoras, vale la pena una breve caracterización. Podría decirse que la mayoría llegan a la Isla con la intención de distenderse, disfrutar un rato y pasear en el lugar. Algunos acuden solos y otros lo hacen acompañados de su familia o amigos, hay quienes van para pasar la tarde o simplemente para comprar comida y llevársela. Las razones que los acercan a este espacio pueden obedecer a diferentes intereses. Para algunos se trata de una actividad habitual que los reencuentra con maneras de estar propias de sus lugares de origen, como nos dijeron más de una vez: *la Feria es un mercado, es venir a comer con la familia y encontrarse con amigos*. Para otros, es la oportunidad de encontrarse cara a cara con lo tradicional o típico de una cultura que es percibida positivamente como diferente; un grupo de compañeros de la carrera de Antropología incluso armó una excursión a la Feria que llevaba por título “etnopicnic”.

Las vendedoras también tienen su propia clasificación de los visitantes en función de sus prácticas en la Isla. Por un lado los *clientes*, que refiere simultáneamente a aquellos que efectivamente consumen en los puestos y a todos los que potencialmente podrían hacerlo: todos los visitantes pueden devenir clientes. Por otro la-

do, los *familiares* y *conocidos*, que además de referir a quienes forman parte del puesto porque colaboran con las tareas, apunta a otros parientes y amigos que vienen a visitarlas especialmente o pueden ser encontrados entre los visitantes. Finalmente los *ca-seritos*, aquellos clientes que vuelven a los puestos regularmente y establecen una relación de cercanía con las vendedoras, donde las transacciones económicas y ciertas responsabilidades afectivas y morales conviven.

Sobre las particularidades de estos diferentes tipos de visitantes y sobre los modos en que se vinculan con los puestos y las vendedoras, discurriremos en extenso durante el Capítulo II. Vale decir que dentro de los clientes potenciales también se incluyen a los integrantes de instituciones, organizaciones, agrupaciones y partidos políticos que concurren con distintos fines a la Isla. Entre ellos podemos mencionar a los miembros del PTS (Partido de los Trabajadores Socialistas), ODMACOR (Organización del Migrante Andino de Córdoba), CECOPAL (Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal), integrantes de la Cámara de Comercio Argentino Peruana del Centro, la Municipalidad de Córdoba, entre otros<sup>15</sup>. Sumamos nuestra presencia, como así también la de estudiantes de diversas instituciones educativas, como por ejemplo de la Escuela de Cine y Televisión, Trabajo Social, Geografía y Comunicación Social de la UNC, así como estudiantes de escuelas secundarias como el Manuel Belgrano. Recordamos que la Isla comienza a ser estudiada y analizada cada vez con mayor frecuencia desde el ámbito académico.

Lo relevante de este último grupo de visitantes, que nos incluye y que en principio declara otros intereses diferentes al consumo, aunque ambos puedan convivir, es el modo en que son identificados por las vendedoras. Militantes, estudiantes, defensores de migrantes o políticos, todos ellos serán interrogados primero por las formas en las que pueden contribuir y ‘ensamblarse’ a la Feria, una idea que usaremos de ahora en más. Las vendedoras entienden que estos visitantes tienen interés en *ayudar a la Feria*, pero también entienden y explicitan que ese interés es algo diferente para cada uno de ellos y es entonces cuando el problema del ensamblaje deviene bueno para pensar este espacio. Sea como clientes o visi-

<sup>15</sup> Mencionamos únicamente aquellas organizaciones que han pasado por la Isla durante nuestro trabajo de campo. Sin embargo, existen intervenciones anteriores, algunas de las cuales ya fueron señaladas en el texto.

tantes, la pregunta que podría imaginarse aquí es, ¿cómo pueden estos colectivos ensamblarse a la Feria siguiendo lo que la Feria propone como modo de ensamblaje?

## Los tiempos en un día de feria

La Feria de los Patos no comienza a una hora específica, de golpe, sino que se va conformando lentamente a partir del mediodía. Como en las narraciones sobre su origen, cada domingo la Feria repite aquella secuencia de formación que va ‘de a poco’. Esta fase inicial se extiende hasta aproximadamente las tres de la tarde. Los comedores suelen ser los primeros en llegar debido a que ya tienen sus caseritos, que los esperan para el almuerzo. Mientras, las parrillas y otros puestos de comidas se suman más adelante, ofreciendo platos que son preferentemente consumidos durante la tarde y la noche. Este momento se caracteriza por la poca afluencia de visitantes y puestos, que sin embargo irá incrementándose gradualmente a lo largo de todas estas horas. Los comedores tienen un protagonismo especial por su capacidad de mantenerse activos en este contexto de poco movimiento. Durante estas horas, si viéramos a la Feria desde el lado del predio que limita con Providencia, nos encontraríamos con unos pocos grupos familiares dispersos sobre las áreas verdes, tres o cuatro puestos de comidas y bebidas en el patio y algunas vendedoras de ropa cerca de la pérgola de la Isla.

La limitada presencia de visitantes, no obstante, contrasta con la actividad de los puestos. Entre el medio día y las tres de la tarde muchos están en movimiento. En principio, porque están llegando e instalándose, acompañados de sus familiares y amigos, pero también porque algunos puestos cambian de lugar durante estas horas. Por ejemplo, una pareja de marcianeros suele ocupar el espacio de una de las chicheras desde el mediodía hasta las cinco de la tarde, hora en la que ella normalmente llega. Estos intercambios momentáneos de lugar se hacen para utilizar de manera provechosa los espacios por donde circulan los visitantes. Algunos puestos de ropa se acercan más al patio, incluso pueden ubicarse donde normalmente iría un puesto de comida. Estas posibilidades de traslados se reservan para los puestos pequeños (comedores se ubican siempre en el mismo lugar) y dependen de dos variables:

interpretar la circulación de los visitantes según las horas del día y saber cuándo ocupar y desocupar un lugar, cuidando las relaciones con las compañeras de puesto. Entre las cinco y las siete de la tarde muchos de los puestos de la Feria ya se han instalado y el número de visitantes se ha incrementado de manera importante. Este es el momento en que llegan aquellos negocios encargados de las actividades recreativas para los niños, que se ubican en las áreas verdes del predio.

A las ocho de la noche la Feria va llegando a su clímax: los anticuchos, las papas rellenas, las salchipapas y el pollo broster no dejan de salir, están entre los más solicitados. Los olores del fuerte aderezo de estos platos en cocción, acompañados por el denso humo de las parrillas, las personas en constante circulación y las voces de los hermanos se mezclan generando una sensación intensa. En el transcurso de este tiempo la Feria fue acumulando lentamente puestos y visitantes y es el momento en que la agitación llega a su más alto nivel, la mayoría está comiendo o espera algo para comer. Los cordones, las barandas y los muros de los canteros de la Isla se llenan de gente, mientras los otros espacios son utilizados para descansar o jugar. Aunque muchas de las vendedoras y también clientes se quejan de las bulliciosas actuaciones dominicales de los hermanos, la mayoría parece preferir comer en los alrededores del patio, incluso si esto significa sentarse al lado de ellos. En otras palabras, el clímax de la Feria hace coincidir el acto pastoral de los hermanos con las largas filas en los puestos de comidas y el final de sus testimonios cerca de las nueve de la noche (en verano), con el comienzo de la descomposición de la Feria. Un proceso que, al igual que su inicio, también se desarrolla gradualmente: los puestos y visitantes disminuyen a lo largo de varias horas, en un curso des-acumulativo y progresivo que se corresponde con el fin de la predica de los hermanos. Así como la Feria no empieza igual para todos, tampoco termina así para todos; la desaceleración de las actividades es relativa. Hay sectores completos de la Isla que mantendrán su propio ritmo; las filas en las parrillas de anticuchos y en el propio puesto de los hermanos seguirán llenas hasta más tarde, las chicheras estarán activas hasta por lo menos una hora más, muchos puestos de ropa de la pérgola ya habrán levantado sus cosas para irse, mientras la familia cordobesa encargada del taller de pintura empezará a guardar sus atriles cuando se termine la luz natural.

Esta fase no sólo se caracteriza por un proceso de des-intensificación variable y gradual, sino que por un nuevo tipo de ansiedad entre las vendedoras. El ideal de los puestos es vender todo lo que se trae, un fin que se persigue hasta el último momento. Ceci suele disgustarse cuando regresa a su pensión con un balde de chicha o cebada sin vender. En el mismo sentido, Angie siempre hace buenos comentarios sobre Sol, quien suele terminar con sus baldes de anticuchos vacíos, admirando la capacidad de su puesto y reconociéndola como una *buena vendedora*.

En torno a las nueve, con la noche firmemente instalada en la Isla y varios puestos en proceso de retirarse, la Feria está terminando siempre a una velocidad muy particular, casi como si no quisiera irse. Las parrillas del sector del patio todavía siguen alimentando sus fogones y sirviendo salchipapas, picarones y anticuchos, por lo que vienen preparados con luces de emergencia que se utilizan para iluminar y controlar el cambio. De hecho, una de las razones por las cuales muchas vendedoras deciden irse es porque ya no pueden manejar como quisieran el dinero, es el caso de las chicheras a quienes muchas veces iluminamos con las linternas de nuestros celulares mientras daban vuelto a un último cliente. Esto, claro, porque en la Isla los postes de luz no funcionan. Existen distintas explicaciones locales; algunas vendedoras sostienen que *los choros se robaron los cables de cobre para venderlos*, otras piensan que la responsable es la propia Municipalidad de Córdoba que *no prenden las luces porque no quieren que vendamos en la Isla*. En el Capítulo III hablaremos sobre un episodio en el cual se establecieron algunas comunicaciones con agentes del Gobierno Municipal que permitieron el retorno de la luz a la Isla. Por el momento sólo nos gustaría aclarar que los postes no estaban rotos y que el problema no era técnico.

La oscuridad es también el momento en que se puede ver a Kevin junto a sus padres y un carrito de supermercado donde traen bolsas, escobas y recogedores. Ellos son los encargados de la *limpieza* que se realiza entre las nueve y media y las diez de la noche todos los domingos, sin falta. Ésta fue organizada por las vendedoras hace algunos años ante las amenazas de la Municipalidad de Córdoba de desalojarlas si no dejaban la Isla tal como la encontraban. Esta familia también tiene un puesto de compactos de música y películas, ubicado delante del comedor de Lucía, que es atendido por Kevin, debido a que sus padres suelen llegar en la

noche. Los tres recorren la Isla recogiendo y juntando la basura en el medio del patio, donde disponen una gran bolsa sobre el piso y barren todos los desperdicios (en su mayor parte platos de telgopor, botellas de gaseosas, papel higiénico y bolsas). La limpieza también se hace lentamente. Los pocos puestos de la Feria que quedan a esta hora, comedores principalmente, han ido disminuyendo sus clientes hasta quedar sólo quienes los atienden y algún que otro caserito.

A las diez de la noche la última parrilla se está desarmando. Los dos baldes de veinte litros, donde se traen los anticuchos para asar y vender, están completamente vacíos. Para apagar la parrilla, que no ha dejado de funcionar desde las cuatro de la tarde, primero se la traslada unos metros detrás del puesto donde es volteada para vaciar las brasas candentes, dejando una gran mancha grisácea en el césped que señala el territorio ocupado por las cocinas a leña y carbón cada domingo. Son los pocos hombres del puesto quienes sacuden la parrilla para limpiarla de los restos. El fuerte sonido del metal agitándose, producto de la violencia de estos movimientos, genera la viva impresión de que las parrillas no son apagadas, sino forzadas a interrumpir lo que bien podría ser una labor infinita.

Este es uno de los escasos momentos del día en que las mujeres se retiran de sus puestos para charlar y comer las pocas sobras de las ventas. Todavía por estas horas se pueden ver algunos niños dando vueltas, los hijos e hijas o nietos de las vendedoras que todavía siguen en la Isla. Este escenario corona el final de la Feria, cuando ya no hay más visitantes y las parrillas y cocinas han sido apagadas. ¿Qué pasa después con este espacio, con la Isla? No lo sabemos, las vendedoras sólo dicen que se vuelve *peligroso* y no muestran ningún interés en quedarse ahí una vez que la Feria acaba. Hasta el próximo domingo.

## La permanencia

Es interesante traer aquella conversación con Silvia donde relata cómo Sol le enseñó a vender y tratar a los clientes en el mercado en que trabajaron juntas en Perú, y cómo fue ella también la primera anticuchera de la Isla; la vendedora que inauguró la venta de comidas en la Feria. Silvia mencionó que cuando llevaron la parrilla con Sol no sabían qué iba a pasar: *si alguien nos echaría por vender comida, ya que aquí [en Córdoba] no es tan común*

*vender en la calle*. Pero como no pasó nada se quedaron, mientras otras mujeres empezaban a traer comida para vender. Antes de terminar la charla, Silvia nos dijo que vendería en la Feria hasta que la echaran, sin darle demasiada importancia a tal afirmación y sugiriendo con esa actitud que no tenía muchas expectativas de cambiar ese sentimiento de inestabilidad. Nosotros nos conocimos en ese momento, sintiendo que esa frase expresaba algo injusto y comentamos que era su derecho estar ahí y que era necesario sostener el espacio (la Feria) que han logrado construir. Lo que no tuvimos en cuenta en ese episodio es que para estas mujeres, con experiencia en venta ambulante e informal, la posibilidad de ser desalojadas es una constante que forma parte de su labor. Con esto no queremos decir que Silvia o las vendedoras de la Feria deseen ser echadas, sino que quizás desde su punto de vista este no sería el final de su actividad como tal. Seguramente, esta forma de ver las cosas pueda ayudar a comprender la falta de interés por parte de muchas de las vendedoras en entablar mayores diálogos con las autoridades municipales en búsqueda de una formalización de la Feria, como veremos en el Capítulo III. Así como la general indiferencia que muestran con lo que pasa en el predio una vez que termina el día, algo que pone en tensión la idea de un ‘espacio apropiado’, subrayando por el contrario un uso muy específico que parece contemplar el valor de la Isla únicamente mientras el ensamblaje de la Feria esté en funcionamiento.

## Más allá de lo peruano

Según ciertos enfoques, la Feria de los Patos podría entenderse como un lugar de reunión de la comunidad peruana en la ciudad y parte de un abanico de estrategias para producir recursos extra (económicos, pero también simbólicos) por grupos que son percibidos diferentes étnicamente y en situación de desigualdad social y económica. Hemos volcado en estas páginas todos los datos de campo en donde estas relaciones se hacen manifiestas. Pero es también en estos mismos datos donde han aparecido otros elementos que desde el punto de vista de las vendedoras parecen fundamentales para comprender la Feria; el deseo de estar en la Isla todos los domingos porque es placentero; el poder de seducción de las comidas y la importancia de las habilidades para producirlas; la

posibilidad siempre abierta de que cualquier actividad no necesariamente comercial sea de beneficio para las ventas; la importancia de la familia, no sólo como recurso para el sostenimiento de los puestos, sino como agentes de una lógica del trato que yuxtapone prácticas de venta con relaciones de proximidad; junto al rol que las vendedoras otorgan a las técnicas de venta para describir la prosperidad de los negocios. Incluso, enfatizamos que la Isla de los Patos es pensada antes bajo la forma de Feria que como espacio apropiado.

En otras palabras, un sinnúmero de aspectos parecen volverse indispensables para comprender cómo y qué es lo que hace la Feria cada domingo. Indudablemente la producción de identidades, recursos económicos y la ocupación del espacio público forman parte de esto, pero cuando seguimos las pistas de las vendedoras, encarnadas en sus palabras y en sus prácticas, vemos que ellas enfatizan un interés por las técnicas, la familia, las comidas, el trato y el éxito en las ventas.

Entonces, por debajo (o tal vez, adelante) de cualquier definición de informalidad o peruanidad que desee comprender la Feria, las vendedoras enseñan que hay un complejo de colectivos, prácticas e intereses heterogéneos que deben desplegarse continuamente para que ella se pueda montar, operar y desmontar cada fin de semana. Es evidente que esta investigación siguió y sigue estas enseñanzas, privilegiando este punto de vista. En este sentido, proponemos una imagen capaz de englobar esta conexión de cosas, técnicas y colectivos: el “ensamblaje”. Con ella deseamos señalar el carácter fundamental del quehacer cotidiano, por parte de una lógica feriante, para conjugar y mantener elementos disimiles entre sí. Una complejidad que no se reduce al aspecto material del montaje de los puestos, y que abarca el ensamblaje de intereses y objetivos de distintos colectivos. Cómo opera este ensamblaje y por qué resuena como una categoría capaz de mediar el diálogo etnográfico con nuestro campo es tema del próximo capítulo.

## Capítulo II

### Engancharse

*Marcela, el Sueco y Julio, una familia cordobesa de Villa El Libertador que residió durante muchos años en Villa Páez, uno de los barrios que rodean la Isla, habían pasado algunos domingos en la Feria. No fue hasta que Julio, pareja de Marcela, los animara, que se decidieron a probar suerte. Sin conocer demasiado a nadie montaron su puesto al lado de Isabelina, con quien habían charlado alguna vez al comprarle chicha de jora en una de sus eventuales visitas y como ella no tuvo problemas se quedaron ahí. No habían necesitado la autorización de alguien en especial, sólo hablaron con la chichera quien les aseguró que el lugar estaba libre para después desentenderse del asunto. El único percance que tuvieron fue una discusión con Ángela, la picaronera ubicada al otro lado de su puesto. Durante las primeras semanas había estado ausente por un viaje a Perú y sin saberlo habían ubicado sus cosas ocupando parte de su lugar. Sin embargo, fue apenas un “pequeño roce”, bastó con charlar un poco, conocerse y mover el puesto para que se volvieran “buenos compañeros”. La relación llegó a tal punto que el Sueco, apodado MacGyver por Ángela debido a sus habilidades para construir cosas con lo que tiene a mano, le hizo una cubierta de metal para proteger del viento a la cocina de su puesto.<sup>16</sup> [Cuaderno de campo, 12/07/15]*

Hay dos cosas que interesa de este relato. La primera, es que en la Feria de los Patos no existe un sistema formal al cual solicitarle permiso para incorporarse. La falta de reuniones sistemáticas y de una autoridad centralizada se presentan como algunas de sus principales características. Por lo general, cuando un nuevo puesto aparece se ubica cerca de otros que venden lo mismo, sin la necesidad del permiso de alguien en particular. A veces quienes llegan

---

<sup>16</sup> En la Isla de los Patos suele correr mucho viento y los puestos con cocinas deben implementar algún mecanismo para proteger el fuego. Muchas vendedoras lo resuelven haciendo cubiertas de cartón, ese era el caso de Ángela antes de que el Sueco le hiciera una de metal.

son invitados por una vendedora previamente instalada, que puede ser familiar o conocida. En otras ocasiones, se aventuran sin más experiencia que el haber sido visitantes en alguna oportunidad. En segundo lugar, cada nuevo puesto comienza su vida en la Feria ‘conectándose’ con otros puestos para saber si un lugar está libre o para hacer arreglos con las vendedoras próximas y con las relaciones que los constituyen, primero como *visitante* y *cliente* después como *buen compañero*. En este capítulo presentaremos una descripción detallada de las relaciones que componen los puestos, tanto a su interior como entre ellos y con sus clientes.

Para abordarlas, primero tendremos que volver a los puestos y observar con detenimiento lo que hacen y cómo lo hacen cada domingo. Una vendedora no sólo utiliza la *parrilla*, los *ingredientes* y su *sazón* para elaborar un *plato* sino también para atraer y mantener juntos, a través de olores, sabores, disposiciones materiales y códigos de trato, a un conjunto de efímeros comensales que alrededor de su puesto comparten formas de preparación, comidas y maneras de estar con los otros. Esta articulación de elementos que permiten que la venta de comidas pueda darse, apunta a la necesidad de producir junto con el comercio ciertos modos de ‘estar juntos’ (esperando en una fila o comiendo entre extraños), no sólo involucrando personas sino también objetos y, especialmente, relaciones. Nos referimos a aquello que Bruno Latour (2008) llama “colectivos”, es decir, la reunión de elementos sociales y no sociales que permiten el establecimiento de un mundo común, que depende de la asociación permanente de prácticas, técnicas, objetos y procesos para poder constituirse. En este sentido, las vendedoras no podrían pensarse como un colectivo dentro de la Feria por fuera de sus puestos, implementos, técnicas culinarias, comidas y formas de relacionarse y vender.

Sobre la base del capítulo anterior, entonces, discutiremos las “asociaciones” específicas que los puestos y sus vínculos con los clientes articulan para producir, organizar y poner en funcionamiento aquél ensamblaje particular que se despliega cada domingo en la Isla de los Patos: la Feria.

## El ensamblaje

Como vimos en el Capítulo I, la Feria de los Patos no está compuesta únicamente por puestos de comercio, de comida o de otros

productos; también incluye distintas actividades: desde las llevadas adelante por las congregaciones evangélicas con sus labores pastorales, hasta las organizadas por instituciones con fines ‘sociales’ como CECOPAL. De ellas hablaremos detalladamente en el último capítulo, por el momento sólo queremos llamar la atención sobre su importancia en la constitución de la Feria. Desde nuestras primeras conversaciones las vendedoras señalaron que para comprender cómo funciona este espacio había que observar cómo los puestos, pero también los hermanos, los políticos y los estudiantes eran distribuidos y preguntarse qué es lo que permitía mantenerlos juntos y hacerlos crecer. Cómo los humos de una parrilla atraen a los comensales a las filas de un puesto; cómo el testimonio de los hermanos o el discurso de los políticos acercan potenciales clientes a los comedores; cómo la forma y el lugar desde el que se pregona una comida es capaz de llenar una mesa o por el contrario, vaciarla; cómo el *tratar bien al cliente, dándole una yapita o sonriéndole*<sup>17</sup>, es capaz de convertirlo en un *caserito*.

En el propio transcurso del trabajo de campo se explicitaba que por debajo de las definiciones de informalidad y peruanidad, que parecen resolver parte del problema de lo que la Feria es, existía un complejo de colectivos, relaciones e intereses (*sensu* Latour 2008) que debían desplegarse continuamente para que ésta como conjunto se pueda montar, operar y desmontar cada fin de semana. Debemos señalar que aquí la noción de “intereses” es presentada tal y como Bruno Latour y Vincent Lépinay (2009) la propusiera en su lectura de la obra de Gabriel Tarde, enfatizando que el cálculo económico es movilizadado enteramente por “intereses apasionados”. La racionalidad económica desde este punto de vista, aparece como un agregado provisorio de pasiones laboriosamente conquistado, una estabilización parcial de deseos y creencias dispares en principio. De manera similar, Verónica Gago (2014) al escribir sobre la Feria La Salada (Buenos Aires) ha propuesto un “pragmatismo vital” inspirado en la filosofía de las pasiones de Spinoza, para pensar un cálculo estratégico que escapa a la imagen fría y restringida del *homo economicus* del neoliberalismo y que se aferra a la ampliación de libertades, goces y afectos. Ninguno de estos autores evita pensar la existencia de un cálculo económico, pero al hacerlo le devuelven los materiales y operaciones

<sup>17</sup> Servirle un poquito más al cliente al finalizar su plato o bebida para que, como suelen decir las vendedoras, vuelva al negocio otra vez.

extraeconómicas de los que en principio está hecho y de los cuales debe partir<sup>18</sup>. De esta manera, cuando hablemos de “cálculo”, “intereses” y “necesidades” siempre lo haremos considerando esta variación particular de la antropología económica: la que tiene en cuenta la dimensión pasional de las estrategias. Finalmente, es esta mirada la que resuena con aquello que las propias vendedoras nos cuentan sobre sus maneras de vender y sobre los modos y operaciones que les permiten conectar las “diferencias” en juego en la Feria. Estas conexiones son las que además nos llevan a pensar en ensamblajes.

El “ensamblaje” se vincula con una serie de autores y propuestas. Bruno Latour (2008) y la teoría del actor red como la ciencia práctica de las asociaciones. Manuel De Landa (2006) y la teoría de los ensamblajes para el análisis de totalidades en forma multiescalar, no reduccionistas, heterogénea y materialista. Silvia Rivera Cusicanqui (2010) y la noción de *ch'ixi*, como convivencia de múltiples diferencias que no se funden, sino que antagonizan o se complementan. Cercana a nuestro campo, Verónica Gago (2014) y la conceptualización de la Feria La Salada como un gran ensamblaje articulado entre los talleres textiles, el barrio y las fiestas patronales. Estas propuestas comparten una actitud teórico-metodológica que suponen invariablemente trabajar con un principio de “irreductibilidad” (Latour, 2008). Es decir, no derivar *a priori* las relaciones bajo estudio como efectos de ningún principio identitario u otro, “para detenerse en las articulaciones específicas, con sus deslindes y conexiones parciales y temporales” (Gago, 2014, p.54). La principal precaución con la que el análisis etnográfico debe armarse es contra el recurso explicativo de la totalización. La necesidad de poner la atención en la descripción y el análisis de los movimientos prácticos con los cuales cada campo define sus reglas de asociación. Dicho de otro modo, el ‘qué’ y el ‘cómo’ de las relaciones que le permiten existir a la Feria de los Patos cada domingo como un mundo común para los distintos colectivos que la habitan. Para nuestro trabajo, un movimiento como éste resulta indispensable dado el ‘evidente’ carácter peruano de la Feria, que bajo el rótulo de la identidad, la migración o la etnicidad parecería estar

<sup>18</sup> Lo que es necesario aceptar para un verdadero estudio científico es que “nada en la economía es objetivo, todo es subjetivo, o más bien, intersubjetivo, y *esta es justamente la razón por la que se puede volver cuantificable y científica...*” (Bruno Latour y Vincent Lépinay, 2009, p.19 – resaltado en original).

sobre-codificando el resto de las relaciones, al menos tal y como lo muestran algunas de las miradas anteriores sobre el tema y como fueron presentadas en el Capítulo I. En este sentido, al suspender estos sobre-codificadores, se torna viable una indagación “simétrica” (Latour, 2007) que permita que los puestos, las comidas, las ventas, los hermanos, el humo y las peleas adquieran la relevancia que algunas narrativas, la de las propias vendedoras, parecerían estar otorgándole. Por supuesto, ciertas identidades podrán tornarse nuevamente indispensables para el análisis y ciertamente lo harán, pero en el marco de un ensamblaje de múltiples relaciones donde tal vez no todo lo que “circule” sea peruanidad, ni siquiera en última instancia.

Debemos advertir, no obstante, que no se trata de suponer que la Feria sea o no sea un ensamblaje. Deseamos más bien utilizar este concepto y las fuerzas que trae consigo como una imagen analítica que permita que nuestras descripciones coincidan mejor con aquello que el campo reclama. En este sentido, el ensamblaje deviene una “proposición” (Stengers, 2014) capaz de abarcar y seguir la dinámica de acoplamientos que aparecen en la Isla. Describir la Feria como ensamblaje es seguir los movimientos que las propias vendedoras despliegan, para entender su funcionamiento como un conjunto abierto de relaciones no sólo comerciales, así como su imprescindible vínculo con las ventas. Algo así registramos un día cuando le preguntamos a Juan, ayudante en un puesto, qué opinaba sobre una actividad organizada por algunos estudiantes de la UNC, entre los que nos encontrábamos, donde se pasó música, hubo entrevistas al micrófono y se hicieron algunas rifas:

*Una cosa muy linda y espero que se repita porque beneficia a la Feria. La música engancha a la gente, llama su atención y los acumula, lo que es indispensable para las ventas, porque más movimiento es más gente y más gente son más clientes.*

Estas palabras resumen los elementos de una lógica feriante que se distribuye sobre múltiples aspectos de la Feria. Aunque comentarios de este tipo suelen aparecer en los momentos en que emerge una actividad no organizada por las vendedoras, resuenan con fuerza en las prácticas cotidianas de cada domingo: cuando se arman los puestos, se acomoda la mercadería o se evalúa cómo se trata a clientes y compañeras de puesto.

*Enganchar, llamar la atención y acumular* señalan hacia aquello que proponemos pensar como las operaciones base del ensamblaje de la Feria, que de diferentes modos aparecen en las relaciones de venta, proximidad y organización. Como veremos ahora, las características que definen si un colectivo o una actividad se han conectado con éxito a la Feria, descansan en la capacidad que muestren de poder intensificar el *enganche*, generando la concentración y circulación de visitantes en la Isla. No son las ventas en principio las que definen su valor (se trate de un puesto, un evento musical o un discurso partidario), pues serán una consecuencia del *movimiento* como de todo aquello que sea capaz de propiciarlo. Estas operaciones son fundamentales para entender el carácter abierto de la Feria, expresado en la incorporación permanente de actividades que están en muchos casos alejadas de los propósitos comerciales. Como esperamos mostrar en el último capítulo, los criterios que califican la pertenencia y prosperidad de un puesto, un testimonio evangélico, una intervención social o un mitin político, son siempre los mismos: potenciar el movimiento, propiciar el enganche, *hacer crecer la Feria*.

Una vez presentado el abordaje general de la Feria como un ensamblaje, nos concentraremos en mostrar cómo estas tres operaciones (enganchar, llamar la atención y acumular) aparecen al interior de los puestos, en los vínculos de vecindad y en los modos de tratar a los clientes, con el fin de captar su amplitud e importancia en la constitución y permanencia de la Feria cada domingo.

## Hacer caseritos

Las relaciones que organizan el interior de los puestos se encuentran definidas por lazos familiares de distinto tipo que incluyen la presencia de amigos y conocidos, por lo que podrían ser caracterizados como negocios sostenidos a través de redes familiares extensas. Esta composición valorada y comentada por las vendedoras, se desdobra en los posibles devenires de los clientes en *caseritos*. Se trata de una categoría local que define a aquellos clientes que vuelven a los puestos regularmente, estableciendo una relación de cercanía, confianza y lealtad con la vendedora y el círculo familiar que la acompaña. Ambas situaciones, de los puestos como redes

familiares y de los clientes como futuros (posibles) caseritos, es lo que nos motiva a analizar las técnicas de venta que las vendedoras ejecutan. Técnicas que, al mismo tiempo que venden, colocan sobre la mesa aquellas relaciones de las que se nutre la Feria desde que se levantó el primer puesto y de las que precisa para seguir allí cada domingo: las de parentesco<sup>19</sup>. La importancia de las redes familiares y su vínculo con las prácticas de ayuda mutua han sido ampliamente comentadas por la economía étnica y la economía popular, tal como pudimos ver en el Capítulo I. No estamos diciendo nada nuevo con esto. De lo que se trata es de especificar etnográficamente qué y cómo son producidas estas redes y cuál es su relación con las prácticas de venta.

Todos los puestos de comidas y bebidas manifiestan un vínculo entre la familia y las ventas al ser agregados de parientes dedicados al comercio. No obstante, es en los comedores donde mejor se expresa esta relación, debido a que necesitan de más familiares para montarse y de más clientes para permanecer en la Feria. Los comedores se componen de parientes que no sólo asisten a la vendedora sino que además la acompañan durante su jornada dominical, pasando de ayudar en las tareas a ser comensales en diferentes momentos del día y por esta razón no suelen quedar vacíos nunca. Esto ejemplifica la tendencia general de los puestos de la Feria a nutrirse cotidianamente de las relaciones de familia a través de los vínculos de confianza y ayuda mutua, al mismo tiempo que se abren para conseguir clientes, personas que no son parientes, por medio de las prácticas de venta. Dicha cercanía entre la familia y el comercio, lejos de agotarse en lo mencionado, se manifiesta en otros aspectos.

Para empezar, en la propia disposición material de los comedores, que expresa y permite un vínculo espacial entre parientes y clientes. La mesa, que en la mayoría de los casos es una para todos los comensales, articula un espacio donde se superponen ambas categorías. Es común que las conversaciones del puesto, generalmente mantenidas por la vendedora y sus parientes, sean de carácter abierto y tiendan a incorporar a los clientes, generándose un ambiente de confianza y distensión. En otras palabras, los

<sup>19</sup> Parentesco en un sentido amplio, apelando en principio a las propias diferencias que las vendedoras hacen cotidianamente en la Feria. Se trata de un uso del término que incorpora parientes sanguíneos y afines, todo ello denominado como *familia*, así como *amigos* y *conocidos* en tanto formas más volubles de esta relación.

clientes terminan por escuchar y hasta intervenir en los diálogos familiares y todos terminan hablando con todos.

En segundo lugar, por el origen de las habilidades técnicas que definen el trabajo de las vendedoras, a saber, su capacidad de preparar *comidas sabrosas*. Casi sin excepción las mujeres de la Feria fueron primero cocineras de familia que, impulsadas por ésta, decidieron llevar su sazón fuera del ámbito doméstico. Rosa, encargada del comedor ubicado alrededor del puente de ingreso, llegó a la Feria porque varios de sus amigos se lo sugirieron ya que cocinaba *muy rico*. Cabe aclarar, sin embargo, que ya tenía experiencia vendiendo comida desde su casa, negocio que comenzó cuando en las reuniones familiares algunos parientes le preguntaron si podía hacerles *comida para vender*. Muchas vendedoras se formaron en el ámbito de la casa, donde adquirieron una de las principales técnicas que utilizan en las prácticas de comercio, su *sazón*. Ángela aprendió de su madre *como debe ser, con la receta original*, el tiempo que la masa de los picarones debe leudar y cómo lograr la forma adecuada (anillos bañados en miel) que caracterizan la presentación de este plato dulce. Son esas técnicas, las familiares, las que se escenifican en los comedores y las que los clientes compran cada vez que se llevan la cuchara a la boca.

Finalmente, tenemos el deseo explícito de las vendedoras de que los clientes regresen al puesto, o como dicen en la Feria, *que se haga un caserito*. Un tipo de relación no definida únicamente por la transacción económica:

“Hacerse un casero involucra una interacción humana que no sólo es económica. Sino que debe haber mutua confianza, algún grado de amistad, hay implícito cierto compromiso de comportamiento preconocido de antemano, que no se reduce a la mecánica de la compra-venta, y si hay incumplimiento es una pequeña traición inaceptable y se rompe así, por quítame esta paja, la relación de casería.” (Rodríguez Pastor, 2002, p.14).

En esta relación es clave el rol de las comidas y las habilidades de las vendedoras-cocineras para prepararlas:

“El tamal cumple un papel fundamental ya que éste crea la relación de casería, pues la compradora se ha tornado en casera en tanto prefiere el sabor del tamal de esa vendedora” (Rodríguez Pastor, 2002, p.15 –nuestro resaltado).

Son las comidas las que crean los caseritos y por detrás de ellas están las técnicas culinarias que les permiten existir. Así como la sazón es indispensable para llevar adelante la comensalidad familiar, también lo es para que los clientes regresen al puesto. De esta manera, las ventas se nutren de las relaciones de parentesco, desplegándose en el repertorio técnico del puesto y las vendedoras. Decir esto, sin embargo, no cancela los propósitos económicos del comercio de comidas, siempre explicitados por las vendedoras, sino que revela la importancia de conectar con la atención de la gente (engancharlos) a través de las capacidades de seducción del puesto, los modos en que se la trata y las comidas que se les brindan, para constituir el vínculo de comercio.

En resumen, *hacerse un caserito* establece una relación entre los clientes y la vendedora que sin ser de familia, se conecta y aprovecha de varios de sus aspectos. Esta habilidad de conjugar relaciones económicas con otras formas de intercambio asociadas a la “intimidad” ha sido comentada al discutir la falsa dicotomía entre las “economías serias” de los mercados formales y las “economías sentimentales” propias del ámbito familiar:

“De hecho, las familias y los hogares no podrían sobrevivir sin una actividad económica incesante (...) pero difieren al incorporar una proporción aun mayor de relaciones íntimas y al hacer, en promedio, inversiones más amplias y a más largo plazo basadas en la reciprocidad, las actividades coordinadas y el destino común.” (Zelizer, 2008a, p.23).

La familia y el comercio, lejos de oponerse, se aprovechan mutuamente (Zelizer, 2009; Motta, 2014) para alimentar los puestos de ayudantes, clientes y caseritos. Nos hemos detenido en los últimos por considerar que las formas en cómo son presentados en la Feria explicitan el encuentro entre ciertas prácticas vinculadas al ámbito del parentesco, la comensalidad y los modos de tratar, con otras específicas de las prácticas de venta. En el análisis acerca de cómo los puestos producen los caseritos aparece la importancia de un abanico de técnicas orientadas a los modos de dirigirse a los demás y en donde el humor, las sonrisas y los sabores cumplen un rol muy importante en las formas de relacionarse.

## Seducir a los clientes

La sensación de sentarse en la mesa de un comedor por primera vez es como la de hacerlo junto a una familia ajena, con personas ya instaladas y charlando, los clientes que llegaron antes y los parientes de la vendedora. Se come inmerso en un ambiente de conversaciones cordiales y a veces hasta confianzudas, lo que no evita que desde el momento en que la vendedora sirve el plato manifieste una especial atención por el gusto de los clientes que aún no son sus caseritos. Ellas suelen preguntar sobre la sazón de las comidas, aceptando gustosamente comentarios para *hacer más rico el plato* e invitando a los nuevos clientes a regresar al puesto. La forma de ubicarse en las mesas, el ambiente de conversaciones familiares y la preocupación por el trato brindado, parecen relaciones dispuestas para que el cliente se sienta parte de la familia de la vendedora y así le den ganas de volver. Como podemos ver, atender el puesto no se reduce a servir una comida y cobrar por ella, involucra un trabajo específico para lograr que el nuevo cliente vuelva al negocio otra vez. Viviana, una chichera de la Feria, resume esta tarea:

*Hacer lo mejor, levantar el negocio, quiere decir captar más clientela porque tu negocio está abierto todo el día, además porque tratas bien a la gente, la recibes con alegría, les das ganas de que quieran volver.*

En la misma conversación explica el lugar que la elaboración y ofrecimiento de chichas tiene en el captar más clientela:

*Mi negocio prosperó gracias a que mi chicha era más rica y concentrada que las demás y por el buen trato que sé brindar: sonreírles a los clientes y regalarles un poquito más para que vuelvan.*

Viviana como muchas chicheras de la Feria, utiliza *chicha de sobre* en vez de maíz morado, para hacerla más parecida a la *original* le agrega piña, manzana hervida y cortada, canela y clavo de olor como se hace con la *verdadera chicha*. Cuando preguntamos si esta preparación hacía alguna diferencia para los clientes, respondió: *cuando destapaba el balde* [donde se prepara y transporta la chi-

cha morada] *se desprendía un aroma a piña que la gente percibía, sintiendo el saborcito y por eso me venían a comprar a mí.*

Tanto en los comedores como en los puestos de chicha, el *hacer volver* expresa una búsqueda permanente por seducir el paladar del cliente a través de las comidas y bebidas que se le ofrecen. El gusto del cliente y el sabor ofrecido son vínculos que la vendedora tratará de construir cuidadosamente de diferentes maneras, pero que depende fundamentalmente de la sazón, que posee la cualidad de hacer las comidas sabrosas y propiciar el deseo de volver. La sazón califica la intensidad sensible de los sabores que las vendedoras buscan que tengan sus platos, es el encuentro materializado en las comidas y bebidas entre el gusto del cliente y las habilidades que se necesitan para captarlo.

Un domingo, Angie trajo *causa*, una entrada fría muy popular en Perú elaborada con papa, limón, ají, mayonesa, pollo y huevo cocido. Un plato ideal por sus ingredientes, tamaño y temperatura para vender por la tardes, sobre todo cuando son soleadas. Le compramos una porción y nos fuimos a comer a las pasturas del predio, como muchos visitante lo hacen. Cuando regresamos al puesto para devolverle a la chichera los cubiertos que nos había prestado, nos preguntó con mucho interés: *¿qué les pareció?, ¿qué tal la sazón?, ¿qué le cambiarían según su gusto?* Nosotros respondimos que estaba muy rica y que nos había agradado el particular gusto a limón de la receta. Angie insistía con sus preguntas pues recién comenzaba a vender el plato en la Feria y necesitaba recolectar toda la información posible de sus clientes y caseritos para ir ajustando la sazón a los gustos de la Isla. Que el plato *salga rico* significa que se ha adecuado con éxito al gusto de los clientes.

Que las comidas tengan *buena sazón* es lo que les permite estimular el paladar, provocando el deseo de repetir. En otras palabras, volver al puesto y repetir el plato son posibilidades que dependen de la articulación entre las técnicas de cocina aprendidas en el entorno familiar y las prácticas de comercio propias del negocio de comidas.

## Hacer crecer el negocio

Es interesante volver ahora sobre otro caso donde, una vez más, son las ‘cosas’ las que juegan un papel fundamental en las técnicas

que disponen las vendedoras para captar clientes y hacer que vuelvan. Se trata de los modos en que se despliegan los productos en los kioscos de las chicheras. Los puestos de chicha, como sabemos, se componen del acoplamiento de dos partes complementarias: los baldes de chicha morada y cebada, el kiosco. Los primeros constituyen la parte fría del puesto, *las bebidas para refrescarse cuando hace calor*; el último la parte caliente, *con productos que antojan cuando hace frío*. Los kioscos ofrecen bocadillos salados, galletas dulces y golosinas dispuestos en un orden especial sobre un paño colocado en el piso, justo delante de los baldes. Durante el invierno los kioscos crecen hasta llegar a tener el doble de productos de los que normalmente tienen en el verano. Esta fue la razón por la que un domingo de septiembre tuvimos problemas para acomodar el kiosco de Ceci, no sabíamos cómo colocar los productos adecuadamente. Al darse cuenta de esto la chichera dio algunas indicaciones, señalando que:

*Todo debe ir tupido, que parezca que el kiosco es abundante. En el negocio siempre se debe parecer que tienes más, aunque tengas poco. El éxito del negocio depende de que todos los productos estén muy juntos. Debe parecer abundante a la vista de los clientes.*

Esta preocupación de las vendedoras por el orden de los productos es permanente, convirtiéndose en un factor indispensable para el éxito del negocio. De estas prácticas, asimismo, se desprende una noción local de *abundancia*, donde la ubicación de los productos del kiosco se vuelve una parte importante del proceso de captar la atención de los visitantes, gracias a la atracción provocada por la sensación de los productos apiñados. La importancia de la abundancia no se limita a los productos, también resuena en las relaciones de vecindad entre puestos. Un domingo una clienta de Ceci pidió un vaso de cebada, y se quedó a su lado mientras bebía. En ese momento nos encontrábamos ordenando el kiosco y le contábamos a la chichera sobre una pelea que se había dado entre dos puestos vecinos antes que llegara a la Isla. Ceci reprobó el episodio diciendo: *es muy malo para el negocio y la Feria actuar de esa forma, no es correcto pelear con otro vendedor porque vende lo mismo o se pone a tu lado*. En medio de la conversación, la clienta se incorporó y agregó: *por el contrario, más negocios atraen más clientes que significan más ventas*. La chichera escuchó con

atención y asintió con la cabeza para terminar agregando, *es así como funciona el negocio*. Cuando la clienta se retiró aprovechamos para preguntarle a Ceci si eso significaba que era bueno que existieran más puestos en la Feria, aunque vendieran lo mismo y se colocaran uno al lado del otro. A lo que respondió, *sí, porque más vendedores que están más juntos, más tupidos, atraen más la atención de la gente, los llaman más a comprar, como en los mercados donde están todos juntitos, ordenados*.

La pelea en cuestión había empezado porque uno de los puestos involucrados, recientemente incorporado a la Feria, se había ubicado junto a otro que ofrecía las mismas cosas. La vendedora ya establecida le exigió a los recién llegados que se movieran lo más lejos posible porque le estaban *robando los clientes*. Si bien, las disputas por los lugares son relativamente comunes en la Feria, producto de la competencia entre vendedoras, rara vez se prolongan por mucho tiempo. Por lo general se resuelven a través de rápidas negociaciones de los límites espaciales o por medios indirectos, como los chismes.

Son raras las veces que los conflictos crecen lo suficiente como para llamar la atención de los demás, pero cuando lo hacen la reacción es un desapruebo explícito porque *las peleas así no benefician a la Feria, proyectan una mala imagen a los clientes*. Lo interesante de los comentarios de Ceci y de su clienta es que asociaban este desapruebo a una idea de abundancia que valora la multiplicación de puestos como forma de bienestar común en la Feria. Por ‘común’ no nos estamos refiriendo a un acuerdo consensuado entre las vendedoras sobre la mejor forma de organizarse, sino a la descripción positiva que hacen de la ‘acumulación’ como práctica de asociación: *más puestos, más juntos, son más ventas para todos*. Lo común aquí resuena con la perspectiva de los ensamblajes, en que lo importante no es establecer una totalidad, sino preguntarse por las asociaciones que hacen posible este espacio, los medios que lo sostienen y los procedimientos que lo componen (Latour, 2008). Es preguntarse por aquello que permite que lo común a todos, la Feria, pueda existir cada domingo. La noción de abundancia sugiere cómo la mercadería, los clientes, las ventas y los puestos se deben conectar entre sí. Describe prácticas específicas y expresa un deseo compartido, porque lo que crece con la abundancia es la Feria. Se trata, siguiendo a Verónica Gago (2014), de la realización de un tipo de riqueza común, no sólo económica sino también

vital, que es producida por las mismas vendedoras; la habilidad de “exhibir y ampliar modos de hacer (...) con capacidad de construir autonomía y apropiarse de la riqueza social” (p.48). En este sentido, la Feria puede pensarse como aquello que permite que los modos de hacer feriantes se exhiban, crezcan y sean compartidos.

Esta idea, por ahora demasiado abstracta, se desarrollará en el siguiente capítulo a partir de un episodio donde lo común, es decir la Feria, fue puesto en entredicho por la Municipalidad de Córdoba.

## Hacer crecer la Feria

La abundancia ocupa un lugar importante en las relaciones entre puestos, operando como un horizonte organizador del espacio, que sin embargo no se establece como una regla formal en ningún momento. Aparece en las prácticas cotidianas de cada domingo, como bien lo nota Julio al explicarnos las diferencias en el origen de los conflictos en esta y otras ferias:

Julio: *aquí [en la Feria de los Patos] los peruanos se tratan de una manera particular, sin conflictos, con cordialidad. Son tranquilos, no ves problemas así no más.*

Marcela: *fíjate no más la pelea de la pérgola, no hay necesidad [refiriéndose a las amenazas de traer policías a la Feria por parte de una de las vendedoras involucradas].*

Julio: *sí, pero bueno, está bien, no es que no haya peleas, no me refiero a eso, haber hay, pero se resuelven de otra manera. Te voy a dar un ejemplo, te la voy hacer corta, me vas a entender al toque [hablándonos a nosotros], Isla de los Patos-Parque las Heras, allá que somos mayoría cordobeses es todo pelea, un quilombo, te me ponés al lado y ¡te quiero matar! Se llegan a amenazar que van a acabar a los tiros por problemas como ése. Aquí mirá el puesto de películas [señalándonos el puesto de Cacho] que hay al frente, otro puesto de DVD [señalándonos el nuevo puesto de Deysi] y no hay problemas, no se están agarrando a las puteadas ni nada. Mirá los puestos de comidas [señalándonos al patio], están todos juntos, uno al lado del otro y no hay problemas, por lo menos no como en el Parque*

*las Heras. Ves a lo que me refiero. Aquí claro que hay peleas, pero se resuelven de otra manera, con cordialidad, no se alza la voz, no se putea. La Feria está creciendo gracias a eso.*

Julio describe una conflictividad feriante que aparece como resultado de una comparación de la dinámica entre-puestera del Parque las Heras y la Isla de los Patos, enfatizando que en ambas hay peleas pero que no son las mismas. Las disputas donde no se alza la voz y que tienden a resolverse de otra manera son una característica del modo de hacer feria en los Patos. La evocación del patio, con su multitud de puestos uno al lado del otro, vincula esta manera cordial de resolver los conflictos con un modo particular de organizar el espacio y las relaciones.

Es cierto, además, que los argumentos de Julio reposan en una distinción peruano-cordobés. También lo es que familias cordobesas como la de él se incorporan a la Feria resolviendo cordialmente sus conflictos, incluso llevando adelante con éxito sus negocios. Como ya hemos anunciado en el primer capítulo, no se trata de negar las distinciones étnicas, sino de inscribirlas adecuadamente en las lógicas de asociación que la Feria misma proyecta. Nos parece menos importante la diferencia entre peruanos y cordobeses, que el movimiento comparativo por el cual Julio se sirve de ésta para describir el funcionamiento de la Feria y cómo integrarse a ella. Lo que queremos retener de la conversación es la relación comparativa que la misma Feria produce para definir sus diferencias con respecto a otras ferias. Es decir, claro que hay peleas, pero no son las mismas.

Vale la pena abrir otro paréntesis. Cuando afirmamos que es deseo común que existan más puestos, queremos decir que el deseo de hacer crecer la Feria constituye aquello que no puede ser apropiado o modificado individualmente sin que eso signifique simultáneamente enfrentarse con los demás. Estamos lejos de querer dar a entender que no existen conflictos entre puestos próximos, porque justamente esa es la razón más común de las peleas. En todo caso, se trata de afirmar que estos conflictos tienen, por su particular forma de resolverse, un papel positivo en la Isla.

Varios motivos nos llevan a sugerir esto. En principio, existe la tendencia viva a agruparse uno muy cerca del otro, tal como sucede con el patio y los puestos de comidas. Como ya mencionamos en el capítulo anterior, dicha tendencia permite y propicia

las relaciones entre compañeras de puesto, aquellas definidas por las vendedoras como un vínculo de contraprestaciones en convivencia permanente con una actitud competitiva y celosa por el deseo de tener más clientes. Durante nuestro trabajo de campo, lo importante fue comprender que estos conflictos son parte de la dinámica misma con la que se organizan los lugares entre las vendedoras y una de las principales razones por las cuales después se constituyen las relaciones de cercanía y vecindad. Entonces, si bien los espacios se respetan según consideraciones como la antigüedad de las vendedoras<sup>20</sup>, nadie puede adueñarse totalmente de ellos. Cuando un puesto se ausenta de la Feria su lugar queda vacío y puede ser ocupado por cualquiera, a menos que las compañeras de puesto se encarguen de cuidarlo aclarándoles a quienes se acerquen que el lugar ya está ocupado o explicándoles a otras vendedoras las razones de su falta.

La interdependencia entre vendedoras es una de las principales razones por la cual las disputas entre compañeras de puesto rara vez se prologan en el tiempo. Son generalmente resueltas a través de pequeñas confrontaciones acompañadas de rápidas negociaciones o por medios indirectos como los comentarios por detrás y chismes, que permiten tensar los vínculos sin romperlos. Esto le sucedió a Edith, encargada de un puesto de postres, cuando trajo una parrilla de anticuchos con la intención de *ampliar el negocio*. Esa situación desató una ola de comentarios por parte de sus compañeras de puesto quienes se quejaban a espaldas de ella por *ambiciosa*, porque *en su afán de abarcar de más nos iba a llenar de humo y ensuciar*. Después de dos domingos la parrilla de anticuchos desapareció. Muchas de las modificaciones que se producen en los puestos (ampliaciones y cambios de ubicación mayormente) pasan por un sistema de evaluación vecinal, dependiendo de las relaciones con las compañeras de puesto para poder establecerse.

Otro caso registrado fue el de Laura, una vendedora de ropa que se peleó con su compañera de puesto porque trajo demasiadas cosas e *invadió* su lugar. Jessica nos contó que ese día traía un gorro para el sol cuya visera no la dejaba ver con claridad y por eso puso su mercadería *sin querer* encima de la de Laura. Nos

<sup>20</sup> Cabe aclarar que aunque a primera vista pueda imaginarse que las vendedoras más antiguas poseen algún tipo de privilegio en alguna supuesta estructura jerárquica que ordenaría la Feria, las relaciones registradas en el campo no permitirían asegurar eso de forma tan contundente.

aclaró que todo el asunto había sido un *malentendido* y que no tuvo problemas en retirar sus cosas. Cuando le preguntamos si se había enojado por las amenazas e insultos de Laura, respondió que ya lo había olvidado y que no tenía importancia.

Pelearse, incluso a los gritos, aunque no por demasiado tiempo o tensionar lentamente los vínculos de vecindad a través de comentarios indirectos son formas usuales de resolver los conflictos, que cumplen un rol clave en el establecimiento de los límites entre puestos. En un contexto donde no hay un registro fijo de lugares, con constante movimiento de vendedoras y puestos, las negociaciones interpersonales en la resolución de los conflictos cotidianos son la manera más efectiva de administrar y organizar el espacio. Ellas definen domingo a domingo la configuración adecuada de la Feria.

Teniendo en cuenta lo anterior, la ‘conflictividad cordial’, como la definió Julio, parece la mejor descripción de una lógica que entrelaza las disputas por los espacios con un potencial organizativo. Para comprender esto es necesario tener en consideración la importancia otorgada por las vendedoras a las maneras de tratar a los demás, que como vimos conforman un conjunto de técnicas que buscan captar a los clientes para que se transformen en caseritos. El *buen trato*, como algunas vendedoras llaman a este arte de las buenas maneras, también aparece en relación a los conflictos, refiriéndose al uso hábil de los humores y la palabra (no llegar a los gritos, arreglar rápidamente las peleas e incluso aprender a ignorarlas); así como a la capacidad de convertir las disputas en relaciones de vecindad y cercanía, aunque no por eso dejen de ser tensas o ambiguas, desplegadas alrededor del deseo común de crecimiento de la Feria. Además, el buen trato resuena con los lazos familiares que sostienen los puestos a través de los vínculos de confianza y ayuda mutua, donde el cuidado de las maneras es fundamental. Como nos dijo una vez una vendedora, criticando cómo su compañera de puesto trataba a su pareja aunque la llevaba y ayudaba todos los domingos, *hay que saber tratar bien a los demás porque si no un día no te van querer ayudar más*.

En resumen, esta práctica describe la habilidad en el manejo y el sostenimiento de las relaciones interpersonales y sus efectos productivos. No señala una evitación del conflicto sino su tactificación<sup>21</sup>. No evita las peleas, pero establece un límite en los tiempos y en los modos de resolverlas.

## El buen trato

Como vemos, un punto clave del proceso de captar más clientes y de producir el deseo de volver a los negocios es el *buen trato*, que juega un papel indispensable en la producción de los case-ritos, seduciéndolos con las comidas y bebidas, la disposición de los productos y las yapitas. Dichas técnicas forman parte de lo que podríamos pensar como una ‘tecnología del trato’ que opera junto a las relaciones de venta. El tratar bien a los demás se despliega como un acercamiento orientado por la seducción: *recibirlos con buen humor, sonreírles y regalarles un poquito más para que regresen*. Sería un error interpretar esta actitud como un acto mecánico, sonriendo indistintamente a todos los clientes; por el contrario, las operaciones de seducción desplegadas por las vendedoras de la Feria demandan una constante y explícita preocupación.

Acompañando a Viviana en su kiosco tuvimos la oportunidad de presenciar un episodio donde ella percibió que uno de sus case-ritos estaba *enojado*. Después de que el cliente fuera atendido, la chichera nos preguntó si habíamos notado qué le pasaba al muchacho. Se trataba de un joven de entre quince y diecisiete años que había pedido un sanguuche de miga. Le respondimos que no habíamos visto nada raro y entonces ella aclaró: *ese chico normalmente me charla mucho, siempre anda de muy buen humor y ahora lo noté como enojado*. Viviana parecía bastante preocupada con el asunto, fue uno de los pocos momentos en que la vimos inquieta por algo.

El buen trato denota una preocupación continua por el humor de quienes pasan por el negocio, así como por la capacidad de influirlo; al vender se establece simultáneamente un vínculo que sensibiliza y conecta a la vendedora con el humor del cliente. Es gracias a esta conexión, que trabaja principalmente sobre los estados anímicos, *recibirlos con alegría*, que se puede hacer regresar al cliente. Esta particular relación entre comercio y cercanía es mencionada nuevamente por Viviana al describir cómo había *progresado* en los últimos años, haciendo una comparación entre su

<sup>21</sup> Según Michael Certeau (2007) la táctica define las acciones calculadas que no cuentan con un lugar propio, a diferencia de las estrategias, y que se despliegan sobre la base de los acontecimientos. Son operativas, relacionales y dependen en última instancia de la habilidad de saber aprovechar el momento.

anterior situación laboral como empleada doméstica y la actual como chichera en la Feria y encargada de un kiosco en su barrio:

Nosotros: *¿De qué trabajabas antes?*

Viviana: *Antes trabajaba cama adentro en una casa de familia, por varios años.*

Nosotros: *¿Qué te parecía eso?*

Viviana: *Horrible, porque es rutinario, tedioso e insoportable. Incluso cuando me ha tocado buena gente de patronos.*

Nosotros: *¿Por qué tanto así?*

Viviana: *Porque no conocía a nadie del barrio [refiriéndose a su residencia en Providencia] y nadie me conocía pues casi no andaba en mi casa, estaba todo el tiempo en una casa ajena.*

Nosotros: *¿Cuándo pudo cambiar eso?*

Viviana: *Cuando junte mi platita y puse mi kiosco, ahí empecé a conocer a la gente del barrio, ahora me conozco a todos y todos me conocen.*

Viviana, aquella chichera chiclayana que montó su pequeño kiosco en Providencia gracias al dinero que produjeron sus chichas en la Feria, es quien llevó a Rosana y Marina con su taller de pintura a la Isla. A Rosana la conoció atendiéndola en el kiosco y fue ella quien intercedió con el encargado de su edificio para que pudiera alquilar una pieza, ya que no querían alquilarles a peruanos. Recordando lo que vimos en el Capítulo I sobre la importancia de las redes de ayuda mutua en los contextos migrantes, es interesante pensar cómo las técnicas vinculadas al buen trato aparecen indistintamente en las relaciones de comercio y en las de vecindad, solapándose.

El progreso de Viviana describe la capacidad de hacer clientes y conocidos simultáneamente, en otras palabras, de propiciar relaciones de proximidad junto con las prácticas de comercio. Tanto en el kiosco de Providencia como en el puesto de chicha de la Feria, vendedora y clientes están incorporando relaciones a las transacciones monetarias y transacciones monetarias a las relaciones (Zelizer, 2008b). El buen trato es lo que permite comprender cómo se hace esto, aquello que sirve tanto para vender a los clientes como para conocer a los vecinos del barrio.

En el caso de los caseritos, al mismo tiempo que se establece un vínculo de cercanía y confianza con la vendedora, traducido en fiados y yapitas, se contrae la obligación de lealtad, de com-

prarle siempre a ella. Otra forma de denominar esta relación es la de *clientes fijos*, que resalta un enganche al puesto de forma permanente. Que un caserito le compre a otra vendedora puede ser motivo de reclamos y del deterioro de la relación. Dichas prácticas establecen un código en el trato y ciertas responsabilidades que circulan y son propiciadas gracias al comercio (Zelizer, 2008a; Zelizer, 2008b). Es importante recalcar que las vendedoras no fingen una falsa familiaridad con sus clientes. Ellas actualizan actitudes y disposiciones que tienen su origen en las relaciones interpersonales de familia para propiciar diferentes tipos de intercambio en la Feria, entre ellos uno muy particular: las transacciones económicas. De este modo, comprarle a otra vendedora implica una falta al código de reciprocidad que supone ser un caserito, exclusividad a cambio de fiados y yapitas (cfr. Weber, 2008).

El buen trato implica un abanico de técnicas que buscan movilizar el deseo de volver. Que este deseo suponga una transacción económica no evita que lo que se busque movilizar no sea económico:

“de vendedor a cliente y de cliente a vendedor, de consumidor a consumidor y de productor a productor, ya sean competidores o no, se opera un continuo e invisible pasaje de estados anímicos, un intercambio de persuasiones y excitaciones –mediante la conversación, los periódicos, el ejemplo– que precede a los intercambios comerciales, a menudo es lo único que los hace posibles, y siempre contribuye a regular sus condiciones.” (Tarde en Latour y Lépinay, 2009, p.62).

El aporte de esta perspectiva es el énfasis en la lógica deseante de los intercambios económicos. Es decir, el valor no está dado *a priori*, sólo existe en los medios por los cuales se persuade, contagia y fija el deseo de valorar algo. La naturaleza de esta fijación es siempre provisoria y parcial, lo que hace depender el cálculo económico de un juego permanente de seducción, confianzas y desconfianzas:

“para Tarde -y esto es lo que resulta tan difícil-, la materia económica resulta una fuerza real porque es una potencia retórica: se trata ciertamente de persuasión, de silogismo y de convicción” (Latour y Lépinay, 2009, p.63).

Otros autores también han llamado la atención sobre la existencia de esta “subestructura de los afectos” afirmando que:

“la vida social no es más que otro nombre para la vida pasional colectiva. Evidentemente bajo formaciones institucionales que constituyen considerables diferencias, pero en cuyo seno afectos y fuerzas de deseo siguen siendo el *primum mobile*.” (Lordon, 2015, p.18).

Frédéric Lordon dirá más adelante que las pasiones colectivas están determinadas por el juego de los afectos, definido como la relación entre una afición, algo que adviene un afecto en uno (triste, alegre, agradable o desagradable), y las ganas de hacer algo que de allí derivan: poseer, huir, destruir, perseguir. O como en el caso de Viviana, volver. Afectar y ser afectado no implica la comprensión emocional del otro sino su intervención, y en el caso que nos compete, una intervención en los estados anímicos. Tanto para Bruno Latour y Vincent Lépinay (2009) como para Frédéric Lordon (2015) la vida social, incluyendo las prácticas económicas, es el producto de un juego permanente entre las capacidades de desear y las habilidades de orientar y fijar ese deseo a algo, de *engancharlo* como podrían decir las vendedoras de la Feria. Sin embargo se trata de una tarea, una práctica, algo que se tiene que hacer y que por eso mismo puede salir mal, como lo manifiesta el relato de Viviana donde el desplante de su caserito le produce una “afición triste”, para hablar en el lenguaje spinoziano de Frédéric Lordon. Queremos proponer, siguiendo estas conceptualizaciones, que el buen trato trabaja con y sobre los afectos de los visitantes como potenciales clientes o caseritos a través de técnicas basadas en la seducción, que buscan movilizar el deseo de volver, de engancharlos a los puestos y a la Feria.

## Superar la vergüenza

Hasta aquí hemos presentado los afectos, en tanto juego de acciones y efectos, como el objeto de las artes de la venta. Lo que haremos a continuación es indagar sobre origen de ese saber-hacer del que las vendedoras dependen todos los domingos. Algo ya dijimos al comentar que convertirse en vendedora se vincula con la

decisión de las cocineras de familia de llevar su sazón por fuera del espacio doméstico. También sabemos que éste no es el único requisito para vender, está el saber tratar bien a los demás, el buen trato.

Empezaremos con un afecto nuevamente, que en principio tiene como objeto a las propias vendedoras y cuya superación es una condición para saber vender: la vergüenza. Para muchas mujeres de la Feria, *superar la vergüenza de salir de la cocina para vender* es uno de los primeros y más difíciles pasos para convertirse en vendedora, que involucra el acto de *ganar dignidad como mujeres que trabajamos en la calle*. Un empoderamiento de las habilidades que como madres y cocineras de familia poseen y que cumple un rol fundamental en los modos de llevar adelante los negocios. Aquí se vuelve explícito un vínculo entre el ‘saber vender’ y un punto de vista femenino sobre las actitudes, habilidades y técnicas necesarios para ello, como registramos en una conversación con una de las hermanas de Isabelina, encargada de un local de comidas en Alberdi. Milagros acompaña y asiste, eventualmente, en el puesto de chicha a su hermana; allí nos explicó por qué los hombres en la Feria (maridos, hijos, parientes e incluso antropólogos) ocupan el lugar de ayudantes: *los hombres no venden porque son chupados, les da vergüenza salir a la calle y que los vean vendiendo. Por eso se quedan con los trabajos que tienen, no hacen nada más, no cambian, no son emprendedores*.

El ser chupado refiere a la persona que no puede hacer las cosas que se propone o se le solicitan porque tiene vergüenza de que lo vean, sobre todo si las cosas no salen como se espera. Superar la vergüenza, lo contrario a ser chupado, se asocia a una idea particular de progreso y aquí definida como *emprendimiento*, una actitud de cambio en las expectativas esperadas y de empoderamiento que define el arte de los negocios:

*Somos las mujeres las que sabemos cómo manejar el negocio, porque salimos a la calle, no nos importa que va a pensar la gente, somos emprendedoras. Por eso ves a tú alrededor y los hombres que hay son ayudantes, sin nosotras no sabrían cómo hacer la comida ni tampoco cómo venderla. Nosotras no nos chupamos, no nos dejamos vencer por la vergüenza.*

Salir a la calle y no dejarse vencer, superar la vergüenza, son valores que deben asumirse para ocupar la posición de vendedora

desde la perspectiva de la Feria. Ser emprendedora también significa poseer una disposición afectiva específica, en el sentido que hemos definido arriba, asociada con la capacidad del buen trato hacia los demás:

*Si le pides plata a un hombre, seguro te va a contestar de mala gana que no tiene y que no lo molestes, en cambio si se la pides a una mujer te va a contestar toma mi amor y te la va a dar.*

La definición de vendedora, por lo tanto, descansa en un juego de oposiciones entre mujeres y hombres que sólo tiene sentido si pensamos simultáneamente en las distinciones entre *empendedoras* y *chupados*, *mala gana* y *buen trato*, *vendedoras* y *ayudantes*. Estas oposiciones no tienen un valor sustancial sino relacional, hacen referencia a prácticas concretas que tienen como objeto a los afectos. Así, ser mujer no asegura ser una buena vendedora, porque lo que se le opone al buen trato no son los hombres, aunque estos suelen carecer de él, sino la mala gana.

Conversando un domingo con Ceci y Angie sobre Viviana, éstas criticaban su actitud *ambiciosa* y *envidiosa* al llevar su negocio sin preocuparse en tratar bien ni a los clientes ni a las compañeras de puesto:

*Actúa como si estuviera sola, únicamente para que su negocio crezca y no tiene en cuenta a los demás (...) además tiene un carácter difícil, un día te habla, otro día no te habla y siempre intenta utilizarte para su propio beneficio sin tener ninguna consideración.*

Queda más clara esta relación cuando Angie habla sobre los efectos nocivos de la envidia:

*Me puse al lado de ella, pero me tenía envidia, poniéndose dura cuando vendía más que ella. Las vendedoras no tenemos que generar envidia entre nosotras, porque el que uno venda más o uno venda menos, no depende más que de la gente y sobre todo de lo que el Señor diga. No se vende tranquilo así.*

Retomando lo anterior, podríamos decir que lo que define a una buena vendedora son las prácticas del buen trato, vinculadas a un saber-hacer de los afectos. No obstante nada de esto está ga-

rantizado por la condición de mujer, debido al riesgo permanente de caer en prácticas perjudiciales como la ambición y la envidia, que descansan en las malas maneras de tratar a los demás. Nos parece más adecuado pensar la comparación que las vendedoras hacen entre hombres y mujeres como la descripción de dos economías afectivas diferentes, que lejos de existir en un plano abstracto se definen en un conjunto de prácticas y técnicas específicas que permiten el éxito o el fracaso de los negocios.

Cuestiones similares han sido subrayadas por Silvia Rivera Cusiquanqui (2010) al hablar sobre las diferencias entre dos formas de producir identidad y relaciones, una masculina asociada a la noción de territorio y otra femenina semejante a la imagen de un tejido. Esta última se caracteriza por la capacidad de crear tramas interculturales a través de prácticas, en donde las mujeres como productoras, comerciantes y ritualistas son capaces de seducir al otro para establecer pactos de reciprocidad y convivencia. De modo similar Lynn Sikkink (1996) afirma que las vendedoras de San Pedro de Condo en Bolivia deben su éxito en los negocios a la habilidad de cruzar y recuzar las fronteras identitarias entre lo rural y lo urbano. La autora aclara que esto no es una cuestión de volverse rural o urbano según el contexto en juego, sino de la sutil habilidad de mezclar las percepciones de gente extraña para poder vender exitosamente y ganarse la vida.

Los hombres son calificados como incompetentes por no ser capaces de seducir las percepciones de los demás, porque no saben cómo tratar a la gente. Ellos carecen de las habilidades adecuadas, por otro lado vinculadas a un punto de vista femenino en tanto son adquiridas en las tareas del cuidado de la casa<sup>22</sup>. En

<sup>22</sup> Lynn Sikkink (1995) describe cómo la participación de las mujeres en los mercados está ligada a sus roles en la comunidad y la casa, donde cuidan sus depósitos, preparan la comida y controlan el flujo monetario. El lugar privilegiado que ocupan en estos espacios son continuaciones, en muchas maneras, de aquellas tareas domésticas. La autora atribuye esto a que la división de la mano de obra sirve como preparación para sus roles en el mercado. “Al mismo tiempo (...) tienen que aprender nuevas habilidades para vender sus productos con éxito: manejar dinero y hacer aritmética; subir o bajar el precio de acuerdo a las condiciones cambiantes del mercado, crear y mantener relaciones de confianza con sus caseras, y simultáneamente desconfiar de otros. Estas habilidades están transferidas desde sus responsabilidades domésticas en que distribuyen comida y semillas desde sus depósitos, contando con relaciones de intercambio con compadres y vecinos, y tratando a todos de acuerdo con sus lazos sociales” (p.15)

ese sentido, superar la vergüenza describe el paso por el cual estas disposiciones de familia se transforman en disposiciones para las buenas ventas: una buena sazón y saber tratar a los demás, por ejemplo. Se trata de una definición de mujer y vendedora como conjunto de maneras de relacionarse con las cosas y los otros. Por eso, las vendedoras no niegan que puedan existir hombres en los negocios, sólo están de acuerdo en que en general son malos llevándolos adelante porque carecen de las disposiciones adecuadas. Ellas describen las bases de una relación entre posiciones diferenciales y su vínculo con el quehacer feriante, que en ningún caso son categorías normativas sobre qué es o cómo debe ser un hombre o una mujer. En resumen, lo que las vendedoras afirman es que las cualidades que definen las condiciones de prosperidad de un negocio en la Feria pertenecen a lo que ellas reconocen como un punto de vista femenino por excelencia, que sin embargo podría ser adoptado u ocupado por un hombre.

Terminemos recordando un caso etnográfico. Si bien en la Feria la venta de comidas es un espacio ocupado casi en su totalidad por mujeres, existe un caso dos veces interesante, el de Marcela, el Sueco y Julio, aquellos vendedores de Villa Páez encargados de un puesto de salchipapas. Por un lado, se trata de tres cordobeses dedicados a la venta de uno de los platos peruanos más populares de la Feria; por otro lado, su elaboración está a cargo de los hombres del puesto, mientras Marcela cumple el rol de servir y cobrar, actividades generalmente realizadas por ayudantes varones. El trío ha tenido bastante éxito entre visitantes y vendedoras:

*Gracias a que nuestras papas están bien tostadas, no como esas bañadas en aceite que te venden [refiriéndose a otros puestos de salchipapas de la Feria]. A mí [el Sueco] me encanta la papa frita y las hago cómo a mí me gustan, eso ofrecemos. La cuestión también está en servir bien, acá a la gente le gusta comer y por supuesto, hay que mantener los precios. No puedes subir de golpe porque se te van todos. Mirá, nosotros hemos tenido que ampliar, traer dos cocinas más, no damos abasto.*

Es el único caso en que hombres, además no-peruanos, son asociados abiertamente con la sazón del puesto, lo que vuelve a confirmar que la prosperidad de un negocio depende de la conjunción de ofrecer ricos y abundantes platos a precios cómodos y saber llevarse bien con las otras vendedoras y clientes: *sazón, abundan-*

cia y buen trato. Aunque estas habilidades son asociadas a las cualidades que definen una buena vendedora nada supone que un hombre no las pueda cumplir, aunque sólo sea en ocasiones poco frecuentes. En otras palabras, no se trata aquí de que un hombre no pueda ser un buen vendedor, sino que para serlo debe tratar de estar a la altura de una mujer.

## Engancharse

Describir a la Feria como un ensamblaje fue una estrategia teórico-metodológica para desactivar aquellas evidencias, como su peruanidad y condición popular, que parecían estar sobre-codificando lo que las propias vendedoras señalaban como importante. La determinación etnográfica de seguir los puestos y las relaciones que los constituyen ha servido para complejizar nuestra imagen de la Feria, permitiéndonos considerar la presencia de otros colectivos que no comparten ni las mismas actividades ni los mismos intereses que las vendedoras. La especificidad de los intercambios económicos que hemos analizado nos lleva a afirmar que en este espacio lo peruano no cumple un papel definitorio en las relaciones entre los puestos y clientes. Primero, porque las mujeres se definen en términos de vendedoras cuando hablan de lo que hacen en la Feria. Segundo, porque lo que define esta posición no es una identidad fija, sino un conjunto de prácticas y técnicas que dependen de un trabajo activo que siempre puede salir mal, siempre existe el riesgo de ser una *mala vendedora*.

Por otro lado, las operaciones de enganchar, captar la atención, acumular y los diferentes desdoblamientos tratados a lo largo de este capítulo (hacer caseritos, seducir a los clientes y multiplicar los puestos) comparten la lógica de un ensamblaje. Se trata en todos los casos de conectar e incorporar temporalmente personas, objetos y relaciones bajo composiciones que producen maneras específicas de estar juntos: en los comedores, en los puestos de chicha, en las parrillas, en el kiosco. Podemos decir, éstas definen las reglas de asociación de la Feria (Latour, 2008). Operaciones que a través de técnicas orientadas por la seducción buscan propiciar la abundancia.

También vimos la importancia de las redes de parentesco en la constitución de los puestos y de los vínculos con los clientes, que

convertidos en caseritos se incorporan a la familia de la vendedora de manera parcial para seguir nutriendo los negocios, tanto de ventas como de relaciones. Se nos hizo imposible describir estos procesos de incorporación sin tener en cuenta el papel que las comidas, las bebidas y el trato ocupan, gracias a su capacidad de seducir a los clientes para que vuelvan al puesto. Vender a los clientes es simultáneamente un arte que se entrelaza con los saberes adquiridos en el servir a la familia. En este sentido, el crecimiento de los puestos en su afán de conseguir más caseritos es sostenido por técnicas que buscan movilizar el deseo de volver en los otros; técnicas aprendidas en el cuidado familiar y que tienen como objeto privilegiado el buen trato y su capacidad de seducción como medio para establecer pactos de reciprocidad y convivencia (Sikkink, 1995, 1996; Cusicanqui, 2010).

Nuestra referencia a las técnicas se justifica por el carácter material y sensible de las formas empleadas: seducir a los clientes a través de comidas y bebidas, juntar a los extraños con los parientes en la disposición material de las mesas, aplicar ciertas reglas del cómo conducirse para hacer caseritos. Estas técnicas expresan un manejo hábil sobre los afectos que opera simultáneamente en los intercambios económicos de las ventas. Algo señalado por las vendedoras cuando comentan la importancia de *captar, atraer y hacer volver* para asegurar la prosperidad de sus negocios. Una prosperidad que envuelve una idea de progreso personal y bienestar común que no descansa sólo en la producción económica, pues depende del crecimiento simultáneo de las relaciones de reciprocidad, cercanía y lealtad que las vendedoras son capaces de tejer, como expresa Viviana al referirse a su progreso en el kiosco, gracias a que ahora conoce a todos y todos la conocen.

El buen trato no podría comprenderse desvinculado de un conjunto de saberes y prácticas asumidas desde un punto de vista femenino y que son claves para el éxito en los puestos. Ir a la Feria a vender comidas y desplegar la potencia creativa de estas habilidades, que como mujeres han aprendido al cuidar y sostener sus familias, deviene en la producción de un espacio donde cada domingo, como ellas suelen decirnos, se relajan, hacen amistades, comen rico, no tienen a los hombres encima y sobre todo se ocupan de sus negocios sin que nadie las moleste.

En la descripción de las prácticas de ordenamientos de los kioscos y de las relaciones de vecindad emergió una idea de abundan-

cia, que otorga un valor positivo a las relaciones interpersonales junto a la acumulación y multiplicación de productos, puestos, actividades no comerciales y visitantes como modo de organización. Ella indica cómo la mercadería, los clientes, las ventas y los puestos deben conectarse entre sí. Describe una tarea práctica y expresa un deseo compartido, porque lo que crece con la abundancia es la Feria. Este deseo común de lo que es *bueno para todos*, lejos de suponer la falta de conflicto le otorga una definición positiva, siempre y cuando sigamos los criterios del buen trato; no todas las peleas son iguales, sólo valen las que pueden ser resueltas rápidamente, sin alzar la voz y sin llamar la atención de los demás. Al no poseer un esquema fijo de lugares, la Feria depende de las negociaciones cotidianas entre las vendedoras para definir su configuración espacial cada domingo.

Finalmente, que las buenas ventas dependan de la capacidad de los puestos en enganchar y seducir la atención de los clientes para así acumularlos, es lo que permite comprender cómo actividades sin propósitos económicos sean consideradas positivamente. Esto sucede gracias a que las vendedoras despliegan un cálculo que valora la capacidad potencial de cualquier actividad, sea comercial o no, de ayudar a la Feria.

Ahora bien, nuestro trabajo también se enfrentó ante otras preguntas: ¿cómo responde esta particular manera de organizarse ante una demanda que reclame por la Feria en su conjunto?, ¿las vendedoras son capaces de colectivizarse ante amenazas de la Municipalidad o de la policía, a pesar de carecer de un espacio de reunión formal y de representantes? Nuestro próximo Capítulo se ocupa especialmente de estas cuestiones y lo hace intentando responder etnográficamente a una pregunta que seguramente ya nació en el lector o lectora: ¿qué tan inapropiable es aquél espacio común construido alrededor de la Feria?

## Capítulo III

### *Organizarse*

Durante nuestros primeros meses en la Isla no presenciamos ninguna situación que convocara a las vendedoras en su conjunto. No parecía haber rastro de una organización formal de la cual pudiéramos decir que dependiera el funcionamiento de la Feria. Cada vez que preguntábamos si se juntaban para tratar algún tema, las respuestas coincidían en un *no, nunca*. En una de nuestras primeras charlas con Viviana nos confirmaba que nunca se organizaban a pesar de que lo habían intentado y con tono despreocupado explicaba: *siempre decimos para juntarnos, llega mañana y no pasa nada, en la Isla cada una tira para su lado, yo tiro para mi lado, el vecino tira para su lado y así*. Le mencionamos que sabíamos que entre todas las vendedoras le pagaban a Kevin para que limpie la basura por las noches, al finalizar la Feria. Viviana aclaró, *no sólo se trata de pagarle para que limpie, sino de ayudar a alguien que lo necesita, porque su familia es muy humilde*. Después nos contó cómo las chicheras se habían reunido para acordar una tarifa: *nosotras le pagaríamos diez pesos cada una al muchacho, mientras que las que venden comidas le darían veinte, porque producen más basura y ganan más dinero*. Sin embargo, el arreglo no funcionó. Las vendedoras de comidas habrían incumplido lo propuesto, dándole a Kevin lo que querían, *a veces hasta dos pesos*, lo que molestaba mucho a Viviana.

En principio Viviana insiste en que no hay ningún tipo de organización formal y además afirma que sería imposible lograrla; no obstante, cuando mencionamos el tema de la limpieza se encargó de contarnos cómo ella junto a otras chicheras habían decidido darle trabajo a Kevin, incluso detallándonos cómo fueron estableciendo los montos de pago. Lo que deseamos proponer en el presente Capítulo es que este episodio no refleja una contradicción ni la existencia de un proceso velado en torno de la posibilidad de una organización de la Feria. No se trata tampoco de pensar que en el discurso se afirmaría que no hay organización mientras en la práctica se evidenciaría lo contrario, obligándonos a descreer de las palabras de Viviana y a buscar una causa exterior a ellas para

justificarlas. Mucho menos intentamos sugerir que deban tratarse como un síntoma de la falta, poca o mala organización de la Feria. Lo que proponemos es seguir al pie de la letra lo que estas palabras invitan a pensar; un tipo de organización en el que cada una tira para su lado. Una dinámica colectiva donde se toman decisiones que son sólo seguidas parcialmente y en las que finalmente siempre vuelve a aparecer un problema que las complica. Una manera de estar juntas que insiste en la independencia relativa de los términos en relación, dejando siempre un espacio para los desacuerdos. Un modo de organizarse que no impide la solución de problemas, ni la posibilidad de eventuales acuerdos, pero que sí esquiva la necesidad de consensos generales y absolutos. Un modo ya anunciado en el relato de Viviana sobre la solución al problema de la limpieza, que empezó sobre la base de un acuerdo, pero sobrevive sobre la superficie de un desacuerdo constante, porque finalmente cada uno paga lo que quiere.

Hasta el momento hemos presentado varios aspectos de la dinámica cotidiana de la Feria: la ubicación de los puestos por ramas de productos, los límites espaciales y las relaciones de vecindad, los modos en que los conflictos son resueltos y aprovechados, entre otras cosas. En lo que sigue, describiremos y analizaremos los aspectos de esta particular forma de organizarse y su implicancia en lo que podríamos considerar las relaciones políticas de la Feria. Nuestra perspectiva asume que tales relaciones no se acaban ni en los discursos ni en las representaciones de lo que la política es para las vendedoras de la Feria, sino en lo que Julieta Quirós (2014) ha llamado la “política vivida”. Esto es, el acompañamiento etnográfico del cómo del hacer política de las personas; de prácticas que no son socialmente reconocidas como políticas pero que en el día a día son las que crean los espacios de participación colectiva. Esta premisa también resuena con la propuesta de Marcio Goldman (2000, 2015) de una “teoría etnográfica de lo político”, donde es la misma idea de lo político aquello que debe ser cuestionado al confrontarse a prácticas locales que fuerzan sus límites, obligándonos a considerar que “hay más cosas que pueden ser conceptualizadas como política de lo que imaginamos” (2015, p.323). Nuestro recorrido seguirá varios episodios que se dieron a partir del quinto mes de estadía en el campo, cuando de manera inesperada para nosotros se produjo una serie de reuniones que tuvieron, como si

nunca pudiera cerrarse del todo, al tema de la limpieza como eje de discusión.

## Las reuniones

Pasemos al episodio de las reuniones que se dieron entre las vendedoras de la Feria, en principio para resolver el problema de las tarifas con respecto a la limpieza. Durante su transcurso estas reuniones inauguraron un proceso de organización formal que, por acción de un vendedor en particular, devino en el intento de fundar una *asociación cultural* en la Feria. Durante este periodo se creó una *comisión organizadora*, con algunas funciones representativas, que propuso y realizó varios cambios en el cotidiano de las vendedoras e inauguró un canal de interlocución con la Municipalidad de Córdoba. Cambios que tuvieron como consecuencia el establecimiento de una red de comentarios, chismes y confrontaciones que se dieron de forma paralela a las reuniones y que terminaron por disolver la comisión junto con lo realizado durante su gestión, para volver al tema de la limpieza como único problema a resolver. Se trató de un proceso de varios meses que tomó la forma de una espiral, a través de un movimiento circular que comienza y termina con la limpieza, en el que la Feria de los Patos consideró y finalmente rechazó un proyecto de organización formal originado por la articulación de uno de sus vendedores con la Municipalidad de Córdoba.

Hemos decidido presentar el relato y los argumentos replicando el propio desenvolvimiento temporal de los hechos, porque así podremos comprender mejor el carácter circular del proceso. Como ya hemos anunciado en la introducción de este libro, la decisión se basa en la estrategia metodológica que pondera la descripción etnográfica como modo de conocimiento, cuya principal fuente creativa se encuentra en su capacidad de ‘resonar’ con el conocimiento que el campo posee y expresa. Es por esto que también hemos optado por utilizar largas notas del cuaderno de campo en la descripción de las reuniones; tanto como un recurso textual que alude a las actas de nuestras asambleas democráticas, como una estrategia para recuperar el carácter vivido de estos eventos, fun-

damentales para comprender el papel que los afectos, los cuerpos y la palabra situada tienen en el quehacer político de la Feria.

## El acuerdo de la limpieza

Durante los dos domingos previos a la primera reunión se habían dado una serie de eventos que, mirados en retrospectiva, pueden considerarse como anunciándola. Kevin, el chico de la limpieza, había tenido varios problemas con Cacho, encargado junto con su pareja Marta de un puesto de películas en la Feria, por el pago de sus servicios. Cacho, con quién charlamos sobre el asunto en algunas oportunidades, afirmaba que no tenía por qué pagar por la limpieza, porque no producía basura en su puesto y en el caso de que lo hiciera él mismo la limpiaba. Se negaba a seguir el acuerdo de las tarifas establecidas por las chicheras y consideraba que nadie tenía el derecho de obligarle a pagar un precio que estimaba excesivamente alto. Una de esas noches, Cacho discutió más acaloradamente con Kevin por el tema y el joven le pidió a Elena, una vendedora con varios años en la Feria, que mediara en el asunto. Al domingo siguiente, Elena acompañó a Kevin para *interceder en nombre del chico para que se tome consciencia y se le pague lo justo*. Hablaron con las vendedoras yendo de puesto en puesto, única forma de abarcar la Feria en su conjunto cuando no hay reuniones, es decir, la mayoría de las veces, recordándoles que *no sólo se trata de pagar por la limpieza, algo que se hace por el bien de los Patos, también se trata de ayudar a un chico humilde y trabajador*. Cuando Elena llegó al puesto de Cacho, se produjo una fuerte discusión y él finalmente aceptó pagar. Este altercado no fue el único de la noche, hubo varias mujeres que se negaban a pagar lo acordado alegando argumentos similares. Por este motivo, un grupo de vendedoras, entre las cuales estaba Elena y Lucía, consideradas de las más antiguas y de confianza, convocó una reunión para el siguiente domingo con el fin de hacer cumplir aquel acuerdo establecido tiempo atrás.

Como ya argumentamos en el Capítulo II, asuntos como el de la limpieza no pueden ser reducidos al pago de un servicio, pues involucran al mismo tiempo compromisos afectivos y prácticas de reciprocidad, ayudar a un humilde. Es importante volver a señalarlo, ya que nos permite comprender la fuerza movilizadora detrás de los reclamos de Elena y otras vendedoras por lo justo.

De hecho, es la razón que permitió que el tema pudiera resolverse en primer lugar, pues más allá de los desacuerdos todas parecían coincidir en ayudar a Kevin. Otro punto a considerar es la dinámica de la Feria con respecto a la entrada y salida de los puestos, que resulta en que un pequeño pero variable grupo de vendedoras sea el más estable, consideradas como las *antiguas* aunque no siempre se traten de las mismas. En este contexto se vuelve necesario reconfirmar las tarifas de la limpieza cada cierto tiempo, debido a que muchas de las vendedoras actuales no participaron en el acuerdo original. Estos aspectos permiten entender mejor la recurrencia de este asunto en las reuniones.

Si bien fuimos testigos de estas discusiones y conocíamos el acuerdo de la limpieza, la reunión nos tomó por imprevisto. Durante el domingo en que se llevó a cabo el primer encuentro no pudimos enterarnos de nada, más adelante veremos cómo este ‘no saber’ se vincula con un desenganche de la Feria que no sólo nosotros íbamos a sufrir. Las actividades se desarrollaron ese día como todos los domingos; fue sólo en torno de las nueve de la noche, cuando escuchamos a un grupo de personas en el comedor de Lucía gritando que la reunión ya comenzaba, que nos dimos cuenta que algo fuera de lo ordinario estaba pasando. Un extracto del cuaderno de campo, aunque un poco extenso, describe con mayor cercanía este momento:

*Empezó a las nueve de la noche. Lo suficientemente tarde como para que las vendedoras pudieran abandonar sus puestos sin comprometer las ventas. Al principio, un grupo de personas empezó a gritar que la reunión ya comenzaba, señalando con las manos el lugar donde estaban sentados, el comedor de Lucía. Después nos dimos cuenta que la reunión ya había empezado en otro puesto. De hecho, Lucía estaba allí discutiendo acaloradamente y no en su comedor. La reunión consistía en un grupo de vendedoras reunidas alrededor del puesto de Sandra y Juana. No hubo un llamado colectivo organizado, sólo ese breve y descolocado aviso general. Lo que sucedió fue que a medida que el grupo inicial de la reunión iba agitándose, otra gente se acercaba y quedaba integrada a la discusión, hasta llegar a tener a alguien de cada puesto, así como cualquier persona que se encontrara todavía en la Isla, incluyéndonos. Sólo participaron aquellas vendedoras que se quedaron hasta*

esa hora, situación comentada varias veces por las presentes, teniendo en cuenta como miembros de la Feria a las ausentes, incluyendo a los puestos atendidos por familias argentinas. La situación se presentaba como un verdadero caos: gritos, reclamos, eventuales insultos además de señalamientos dispersos y platos de comida por doquier, ya que buena parte de los reunidos estaba comiendo mientras discutía. El centro de los debates era el tema de la limpieza, quien quiere o no quiere pagar y cuanto deberían cobrar. Kevin, principal afectado, estaba parado en el medio del gentío sin decir nada. De tanto en tanto, alguien le gritaba “¡habla pues!” Y este respondía brevemente “soy consciente... no, no pido tanto... sí, depende del puesto y lo que gana...”, para pasar a estar callado de nuevo. Todo prosiguió de esta forma hasta que Ángela tomó el papel de moderadora, momento en el que se empezó a censar a las vendedoras en medio de la bulla. Pidió un nombre por puesto como representante y anotó lo que ofrecía para la venta. Ubicó los puestos en sectores, de forma similar a cómo hicimos en nuestros propios esquemas. Simultáneamente pequeños grupos dentro de la reunión discutían sobre cómo definir un puesto, “los hermanos tienen dos mesas ¿son la misma gente o no?, ¿son un sólo puesto o dos?, ¿cómo los contamos?” Finalmente concluyeron que eran dos puestos diferentes. Este criterio se estableció por el número de mesas y el tipo de comidas que vendían y no por el grupo que los atendía. Después se pasó a discutir un criterio de legitimidad con respecto al tiempo de establecimiento de las vendedoras en la Feria. Se habló de “antiguos”, “medios” y “recién llegados”. Algunos se opusieron fuertemente a que un antiguo tuviera más derechos que un recién llegado. Sobre este tema nunca se llegó a un consenso y finalmente se diluyó. Fue el tamaño y la cantidad de lo vendido lo que se usó como base para determinar el pago de la limpieza. Esta cuestión, la organización de la Feria y la propia reunión se volvían objetos de discusión sin llegar a ninguna conclusión. Varias vendedoras insistieron en la necesidad de una “junta directiva” para organizarse, hacer pedidos (como baños públicos) y protegerse, se lanzó la propuesta de establecer la obligación de colaborar si alguien caía enferma y no podía trabajar. Mientras otros, como Efrén, le decían al resto: “la idea es ridícula e imposible, es la primera reunión y hay

*varios faltantes que se han ido o no han venido hoy a la Feria". Dada la superposición de temas y discusiones, costaba entender si se había llegado a alguna resolución con la limpieza. En la reunión no había mociones, ninguna conclusión era anotada, aunque era claro que ciertas ideas causaban más entusiasmo que otras. De esta manera, el acuerdo de pagarle a Kevin por la limpieza era apoyado por la mayoría de los presentes, mientras que el asunto de las tarifas generaba mucha discusión y nadie se ponía de acuerdo. La reunión no terminó de golpe, se fue desagregando poco a poco hasta quedar sólo un grupo pequeño de cuatro vendedoras que hablaban sobre otras cosas, reían y ya no discutían. Finalmente se dijo que se trataba de una primera reunión para empezar a ponerse de acuerdo, como si fuera una especie de ensayo para lo que podría venir más adelante. [Diario de campo, 29/03/15]<sup>23</sup>.*

Lo descrito sucedió de manera similar en las dos reuniones que le siguieron. Cada una se desarrolló en un ambiente de aparente caos en el que las vendedoras se desviaban una y otra vez del tema de la limpieza, aquél que las convocaba en principio, para discutir asuntos que iban desde la posibilidad de crear una junta directiva hasta establecer un criterio de legitimidad entre recién llegados, medios y antiguos, sin lograr en ningún caso un consenso. Estas reuniones también revelaban el carácter abierto del espacio de discusión, donde cualquier persona presente en la Isla podía sumarse opinando libremente y haciendo más difícil el establecer acuerdos debido a la diversidad de posturas en juego. En los primeros encuentros fue recurrente un proceso de aplazamiento que siempre dejaba para la próxima reunión la decisión de cómo organizarse, siendo un encuentro para empezar a ponerse de acuerdo, sin nunca llegar a tal fin.

---

<sup>23</sup> Éste y el resto de los extractos de campo que presentaremos no hacen más que confirmar, con el calor y las emociones del campo, muchas de las relaciones sobre las que ya discutimos: cómo se definen los puestos, cuáles son las relaciones entre las vendedoras, etc. En este Capítulo sólo nos detendremos en aquellas cuestiones vinculadas a las reuniones y a las formas de organizarse, no obstante esperamos que las líneas de fuga a otros temas puedan ser reconocidas por el lector o lectora en sus tratamientos previos.

## Los expertos

Este escenario cambió en la tercera reunión donde Cacho, aquel vendedor que se rehusaba a pagar la limpieza (una de las razones por la cual las reuniones comenzaron), se presentó para participar de ellas. Volvemos a nuestra libreta:

*Empezó hecho un caos como las otras veces, con la peculiaridad que había más personas reunidos esta vez, entre ellos Cacho. Su presencia no pasó desapercibida ya que no tardó en proponer que en vez de hacer una junta directiva, que rechazó tajantemente, se empezaran los trámites correspondientes para convertirse en una asociación cultural legalmente inscripta. Su gran preocupación, insistió, era la formalización de la Feria. El resto lo escuchaba con atención, en parte por su notable claridad al hablar. Esto no duró mucho, Manzanita, una de las vendedoras más antiguas de la Feria, empezó a increparle a los gritos que él era uno de los que no querían pagarle a Kevin. Mientras ellos discutían acaloradamente, Elena le pedía al resto que “dejen hablar al hombre y no dejen que cosas personales y ya pasadas se interpongan”. Después de un rato en esta situación, apareció Gabriel, quien había organizado una actividad de la agrupación política Frente María Eva esa misma tarde en la Isla, metiéndose en el medio de la discusión para dar a conocer “los beneficios de convertirse en una asociación legal y poseer personería jurídica”. Desde el principio, todos los reunidos lo escucharon con mucha atención. Se presentó como “abogado” y ofreció sus servicios gratuitamente a cambio de una “futura ayuda”, que en ningún momento precisó. Dentro de los beneficios que mencionó estaban el “estabilizar los lugares de los puestos en la Feria, recibir ayuda económica de la Provincia o el Estado, tener propaganda para atraer más gente a la Isla y sobre todo y más importante dejar de tener miedo a ser echados”. Cacho asintió lo que el abogado iba proponiendo y cada vez que pudo intervino completando lo que venía diciendo, en un gesto de complicidad que haría pensar a cualquiera que ambos habían planeado el acto. La mayoría de los presentes se limitó a escuchar sin decir nada, con alguna eventual expresión de “qué bonito sería eso”. Gabriel se retiró eventualmente, dejando su tarjeta a Cacho y recordándoles a*

*los reunidos que podían contar con su asesoramiento de forma totalmente gratuita. Después de esto, Cacho tomó la palabra, sin ser interrumpido hasta el final de la reunión. Fue el momento donde empezó a usar la palabra “cultura”. Con mucho entusiasmo afirmaba, “lo que estamos haciendo es ofrecer cultura y costumbres distintas y por eso necesitamos que el Estado, la Provincia, nos apoye”. Nadie decía nada, el único que intervino fue Kevin, que molesto les recordó a los presentes que en realidad se habían juntado para resolver el tema de la limpieza y sobre eso no se había concluido nada. En ese momento, Elena lo consoló diciéndole que resolver el tema de una junta o una asociación iba a ponerle fin al problema de los pagos. Al final de la reunión no se estableció nada con certeza, aunque se pudo percibir una atmósfera de entusiasmo alrededor de lo charlado. [Diario de campo, 12/04/15]*

Lo que deseamos retener de la nota anterior es el contraste entre dos definiciones de organización que van perfilando sus contornos. La primera se identifica en ese ‘comenzar a charlar’ que va recorriendo varios asuntos y opiniones, sin llegar nunca a cerrarse sobre un consenso estable y donde el tema de la limpieza opera como un eje de gravedad que hace volver la dispersión a un punto inicial para comenzar de nuevo. Se trata, además, de un espacio donde el rol que las vendedoras tienen en la articulación de la discusión es fundamental; son ellas, a través de una administración rotativa de la palabra, las que van moderando la comunicación. En el otro perfil, presentado por Cacho y apoyado por Gabriel, las discusiones se concentran sobre un único asunto. Las cuestiones vinculadas a la limpieza, los lugares y las ventas son tomados como partes de un mismo problema, la formalización de la Feria. La respuesta de Elena al pedido de Kevin por volver al tema de las tarifas, explícita esto: discutir sobre una junta directiva o una asociación cultural era plantear una solución definitiva al problema.

Otra diferencia es el cambio en la administración de la palabra, pasando de aquel movimiento circular y no cerrado, que tocaba diferentes voces, muchas en desacuerdo, al uso exclusivo de Gabriel y después Cacho. Esta polarización del discurso fue desplazando al resto a una situación de escucha, mientras sacaba de escena aquellas vendedoras que tuvieron un rol relevante en las prime-

ras reuniones como moderadoras. Sin avanzar demasiado sobre esto, podemos adelantar que nuevamente tenemos dos formas de manejar las relaciones, una que se aproxima a un punto de vista femenino y otra a un punto de vista masculino (Rivera Cusicanqui, 2010).

Retomando estas ideas, podríamos pensar que la Feria como espacio femenino se caracteriza por formas “telares” de estar juntos. Es lo que pasa en esas primeras reuniones, cuando las vendedoras logran que opiniones, incluso opuestas, puedan expresarse y convivir libremente. En este sentido, el desplazamiento de su rol como moderadoras con la aparición de Cacho puede pensarse como un proceso de re-masculinización, expresándose en la voluntad de introducir al Estado y la Provincia y de homogeneizar la palabra al hacerlas girar en torno a un sólo tema: la formalización.

Por otro lado, tenemos la aparición de la cultura como una definición totalizadora de la Feria: *lo que estamos haciendo es ofrecer cultura y costumbres distintas y por eso necesitamos que el Estado, la Provincia, nos apoye*. Como veremos más adelante, este término se muestra como un elemento clave para el ordenamiento e incorporación de la Feria dentro del lenguaje de la Municipalidad de Córdoba. No obstante, esta conversión de la Feria en cultura parece no poder llevarse adelante sin un vaciamiento, o al menos una suspensión, de las relaciones que la caracterizan. Esto se manifiesta cuando la complicidad entre Cacho y Gabriel (ambos hablan en términos legalistas y técnicos, teniendo como principal interlocutor al Estado) le permite al primero desprenderse de las increpaciones de Manzanita y hacerse de la palabra en la reunión. En resumen, este encuentro de unos pocos minutos fue fundamental para que Cacho superara su condición de vendedor, aquella que lo obligaba a que cosas personales se le interpusieran en su objetivo de ser escuchado. Dicho de otro modo, para poder seguir hablando sobre los beneficios de la creación de una asociación cultural era necesario que ciertas relaciones que expresan el vínculo entre Cacho y la Feria, esas marcadas por Manzanita, fueran corridas de la escena de discusión, dando lugar a los nuevos temas.

## La comisión organizadora

En las siguientes reuniones Cacho pasó a tener el dominio exclusivo de la palabra, ejerciendo un discurso que interpelaba a la Feria como un todo discreto. Fue bajo este contexto y por su pedido que se creó una comisión organizadora integrada por tres personas, Cacho una ellas. Lo acompañaban Elena y Manzanita, vendedoras con muchos años en la Feria y moderadoras claves en las primeras reuniones. Desde ese momento empezaron los pedidos de cambios por parte de Cacho para acelerar las gestiones proyectadas; solicitó que se firmara un documento que certificara la existencia oficial de la comisión, lo que suponía otorgarle el poder de representar a la Feria ante otras instituciones, como la Municipalidad de Córdoba y el Consulado de Perú. El documento fue firmado por las vendedoras presentes la misma reunión en que fue solicitado. En otro momento de ese día, Cacho nos explicitó sus intenciones: *quiero poder tomar decisiones sin consultarle a nadie, no estar preguntándoles a todos si están o no están de acuerdo con cada cosa que haga, una comisión justamente es para evitar eso. No obstante, Elena, quien realizó el pedido de firmas en la reunión, aseguró que eran para ayudar a que la comisión haga mejor su trabajo, afirmando que el objetivo de la misma era moderar las discusiones y hacer valer las decisiones que tomamos en conjunto, bajo ninguna circunstancia para tomarlas en nombre de nadie.* Luego de esta acción y establecida oficialmente la comisión organizadora Cacho se dedicó a varias tareas dentro y fuera de la Isla durante las dos semanas que siguieron, en las que no se realizaron otras reuniones.

En el transcurso de ese tiempo, las vendedoras se sumergieron nuevamente en sus rutinas mientras Cacho abandonaba por completo la suya. En vez de estar en su puesto (ahora atendido únicamente por su pareja Marta) se paseaba por la Feria acompañado de Moisés, convertido en una especie de secretario personal, con una carpeta de color azul donde decía llevar todos los documentos de las *gestiones* que venía realizando hasta el momento. Cacho también había tomado fotografías del predio por las noches, cuando la mayoría de puestos habían sido desmontados, como evidencia de que el lugar quedaba limpio. Las fotografías eran usadas en sus encuentros con la *gente de la Provincia* para pedir que repongan la luz eléctrica. Así se establecía un acuerdo en que Cacho

les aseguraba que la Feria se podía formalizar (claras señales eran el mantenimiento de la limpieza del predio y evitar que los autos se estacionen allí) a cambio de que ellos devolvieran la luz y pusieran tachos de basura más grandes. Se trataba de un *yo te doy, tú me das*, apoyado en aquello que Cacho aseguraba, *yo conozco a mi gente y puedo manejarlos*.

Durante esos dos domingos se encendieron los postes de luz de la Isla, algo que no había sucedido en los cinco meses que llevábamos haciendo trabajo de campo. Esto fue tema de conversación con Cacho, quien recalcó la eficacia de sus acciones recordándonos que él y también nosotros *estamos a otro nivel cultural que esta gente*, refiriéndose al resto de vendedoras, *con educación universitaria y un buen vocabulario, por eso podemos proyectar y solucionar problemas concretos*. También nos mostró la tarjeta de uno de los *cabezas de Gobierno* con los cuales había estado conversando sobre la Feria, momento en el que nos dijo:

*No puedes comparar esto [señalándonos la tarjeta] con lo que hacen las vendedoras, que han ido a preguntarle al del ascensor a quien puedo pedirle permiso para vender en los Patos [refiriéndose a una supuesta visita de Elena a la Municipalidad de Córdoba]. No pues, como va ser eso. En cambio yo fui directamente con los jefes, los men que manejan todo esto.*

Según Cacho *el miedo de la Provincia es que Los Patos se transforme en una saladita, que no puedan controlarla, eso es algo que les aterra*. Estas palabras manifiestan un punto central, la aparición de la Municipalidad de Córdoba como interlocutor exclusivo de Cacho y con ello su visión de la Feria. Las saladitas es una denominación acuñada por las autoridades políticas y los medios periodísticos para referirse al “fenómeno de la venta informal” y a la proliferación de “asentamientos comerciales tipo feria” en diferentes partes del país, que tienen como su principal referencia a la gran Feria La Salada de Buenos Aires<sup>24</sup>. La preocupación expresada por la Municipalidad y la Cámara de Comercio de Córdoba en sus acciones y diferentes medios de comunicación ha dejado claro que su objetivo no es la erradicación de las saladitas y la venta ambulante sino su control, legalización y fiscalización<sup>25</sup>. Lo que produce terror y se busca evitar a toda costa es esta imagen

<sup>24</sup> “Córdoba tiene 44 “saladitas” y más de 900 vendedores ilegales.” (02/07/2014, Diario *La Voz del Interior*).

de falta de intervención estatal. Que la Municipalidad de Córdoba defina a la Feria como una saladita nos permite comprender la ambigüedad de su propuesta de formalización, que reconoce, beneficia y al mismo tiempo controla y disciplina.

Como mencionamos en el primer capítulo, la Municipalidad de Córdoba ya habría buscado intervenir en la Feria unos años atrás, también de forma indirecta, a través de una petición al Consulado Peruano para que procurara que los migrantes que concurren a la Isla se adaptaran a las normativas estipuladas, o de lo contrario previeran su relocalización en otro espacio. Por nuestra parte, también fuimos testigos de este tipo de amenazas unas semanas después de la última reunión del ciclo, durante un evento realizado en la Isla y auspiciado por la Municipalidad para recaudar fondos para los Inundados de Córdoba<sup>26</sup>. Allí, el sub-director de Relaciones Institucionales de la Municipalidad de Córdoba, Dr. Castagno, se acercó a Ángela para increparla por las *malas decisiones* que se habían tomado en la Isla, entre ellas, como veremos en breve, la de interrumpir el trabajo de Cacho como representante de la Feria. En la conversación, el funcionario también tocó el tema de la higiene, reclamándole a la vendedora por la forma de comercializar los alimentos en la Isla, que contradecía todas las normas de Bromatología exigidas por las autoridades de la ciudad. El diálogo se transformó en una discusión cuando Ángela le respondió que tenía su carnet de sanidad en pleno funcionamiento y que además llevaba años como vendedora ambulante de comidas, con *perfecto conocimiento de cómo tratar los alimentos*. Finalmente, Castagno le advirtió que deberían encontrar la manera de solucionar estos temas si no querían llegar a la misma situación de unos años atrás, recordándole un supuesto intento de desalojo previo a nuestra llegada. Este papel disciplinador de las autoridades también aparece en la opinión de otras vendedoras, en donde la falta de luz en el predio se debería a que las autoridades las quieren sacar.

<sup>25</sup> “Ferias de ropa. Los “shopping baratos” de la peatonal.” (16/10/2016, Diario *La Voz del Interior*)

<sup>26</sup> Durante febrero de 2015 se dieron una serie de inundaciones en las Sierras Chicas de Córdoba que tuvo como consecuencia la muerte de trece personas y miles de damnificados. El evento, organizado por la Municipalidad de Córdoba y en conversaciones con Cacho como representante de la Feria de los Patos, tuvo como fin la colecta de donaciones para ayudar a los afectados de la catástrofe.

Las intenciones de la Municipalidad de Córdoba parecen menos enfocadas en erradicar la Feria que controlarla. Su preocupación gira en torno a la informalidad, la higiene y el desorden; sus acciones son estrategias para impedir que se transforme en una salada: mantener limpio el predio, evitar que los autos se estacionen dentro, exigir un representante con quien dialogar.

La insistencia en la transformación de los aspectos organizacionales de la Feria resuena con la afirmación del Comité Invisible (2014), el poder es la organización misma de este mundo, el orden propio de las cosas. Un orden cuya constitución política es su constitución material. Con estas palabras, los autores describen cómo el poder parece haber abandonado las instituciones y sus leyes para asumir la forma de una línea de alta tensión, de una autopista, de una rotonda o de un supermercado, convirtiéndose en la infraestructura misma de los entornos que habitamos. Estas palabras son significativas si tenemos en cuenta que la zona donde se ubica la Feria de los Patos está experimentando grandes transformaciones económicas y materiales debido al avance de proyectos mega-inmobiliarios.

A excepción de algunos pocos eventos oficiales, la presencia explícita del Gobierno en la Feria se reduce a las ocasionales intervenciones de la policía para detener borrachos dentro del predio, ya que según algunas vendedoras sospechan que en la Isla se vende alcohol. También relatan que fue la policía quien en los primeros años amenazó a las vendedoras diciendo que sino limpiaban las desalojarían. Estas acciones sustentan una idea bastante difundida entre las vendedoras, que ya comentamos: ellas son apenas toleradas y eventualmente serán echadas de la Isla.

Los que nos parece importante señalar es el papel de Cacho en el establecimiento de un diálogo indirecto entre las vendedoras y la Municipalidad de Córdoba, discutiendo la propia organización de la Feria. Se trata de un tipo de comunicación parcial entre Cacho, las vendedoras y la Municipalidad, que explicita algunas resonancias entre ciertas exigencias del discurso institucional de formalización, sobre todo, las ideas de control y orden en la Feria y las propuestas de Cacho. Así, después de haberse constituido la comisión organizadora, una de las primeras acciones de Cacho fue marcar con aerosol de color negro los límites del espacio de cada puesto para *dejar en claro qué lugar es de cada quién y terminar de una vez por todas con las peleas*. También implementó un

sistema de tarjetas que indicaban una hora específica y que eran repartidas entre las vendedoras para anunciar una reunión, siempre convocada por él. Acciones como estas empezaron a causar el disgusto de algunas vendedoras, entre ellas las chicheras, que manifestaron su desacuerdo con marcar los sitios porque iba en contra de dos características muy importantes de los negocios, el movimiento y el crecimiento:

*A Ceci y Angie no les gustó para nada el tema de las marcas, porque que según ellas “¿qué pasa si el negocio crece? el negocio no está siempre igual”. A pesar de que Cacho puso marcas en los sitios, varias vendedoras no las respetaron y se ubicaron como siempre. Ceci siguió ocupando parte del espacio de Viviana hasta que ella llegara, como hace todos los domingos. [Diario de campo, 26/04/15]*

Así como existen continuidades entre el proyecto de ordenamiento de Cacho y el de la Municipalidad de Córdoba, también se presentan importantes diferencias. Al contrario de los argumentos disciplinatorios del Gobierno (él “no se puede” o “debería ser así”), Cacho se hizo de una retórica más seductora que hacía de los cambios exigidos un paso necesario para alcanzar un horizonte de beneficios plenos: una Feria más grande, con más puestos, más clientes y por ende más ventas. De tal manera, cada modificación propuesta o realizada vendría aparejada de un beneficio que se pretendía común a todos.

La lógica de la *gestión*, palabra con la que Cacho definía su rol ante su gente y la Municipalidad y que aquí deseamos resaltar, revela la operación de un tipo particular de ordenamiento y las reglas de su aplicación. Primero quita algo que ya existía y era necesario desde el punto de vista de la Feria, que los puestos no tengan límites estables y después otorga lo que la parte que lidera las negociaciones (Cacho, la Municipalidad) define como necesario, fronteras para evitar las peleas entre las vendedoras<sup>27</sup>.

Durante la siguiente reunión Cacho informó a las vendedoras los logros que se proyectaban sobre la Feria gracias a dos semanas de conversaciones con funcionarios de la Municipalidad:

<sup>27</sup> Recordemos que las disputas por los lugares tiene un papel muy importante en las relaciones entre compañeras de puesto. Negociar los espacios es una de los motivos que conecta a los puestos entre sí, como ya hemos visto en el Capítulo II.

*Si siguen los buenos entendimientos, nos han prometido cursos gratuitos de Bromatología, cientos de puestos de metal estandarizados, baños sépticos, un estandarte con las banderas de Argentina, Perú y Bolivia e incluso construir una escuela primaria para los vecinos de Alberdi en la misma Isla. [Diario de campo, 03/05/15]*

Todo esto se anunciaba en un futuro próximo pero no especificado que dependía de los buenos entendimientos del momento. Cacho prosiguió relatando su visión de *una Feria con cientos de vendedores formalmente establecidos, manejando con cuidado los alimentos de sus comidas; un gran espacio cultural respetado por todos y con márgenes de ganancia inimaginables*. Las vendedoras que lo escucharon fueron pocas. En esta reunión hubo menos gente que en las anteriores y las que estuvieron se limitaron a responder un poco apáticamente *qué bonito*. Las únicas personas que parecían seguirles con entusiasmo eran Elena y algunos pocos visitantes, la mayoría hombres, que parecían disfrutar escucharlo hablar para después reunirse con él en pequeños grupos.

No obstante, junto a lo que parecía el establecimiento cada vez más sólido del papel de Cacho en las reuniones, momento en que informaba sus avances y proyectos, se produjo un cambio en la actitud de algunas vendedoras. Lucía, quien tuvo mucha participación en el inicio del ciclo, empezó a manifestar gestos de desinterés con lo que estaba pasando. Aunque las reuniones siguieron haciéndose alrededor de su comedor, se negó a pararse junto al resto y se quedaba en su silla sin participar. A veces su desinterés se expresaba más explícitamente, cuando en vez de guardar silencio charlaba con Paula, su compañera de puesto, sobre otros temas. Estos gestos manifestaban una forma particular de disidencia con respecto a Cacho y la comisión organizadora, sostenida por una actitud desafiante pero no confrontativa. Ni Lucía, ni otras vendedoras en desacuerdo discutían abiertamente con Cacho y más bien intentaban ignorarlo. A pesar de los logros de su gestión como la reposición de la luz, que eran reconocidos como beneficiando a todos, algunas vendedoras comenzaron a sentirse disgustadas con lo que venía pasando en la Isla. Una de las chicheras nos explicó que no participaba de las reuniones porque no le gustaba como hablaba Cacho. Cuando tuvimos la oportunidad de preguntarle a Lucía sobre el porqué de su actitud en las últimas reuniones dijo:

*No me gusta nada lo de hacer tantas reuniones, era hacer sólo una para arreglar el tema de Kevin con la limpieza, para ayudarlo, porque es un chico humilde y todo lo otro está de más.*

## El día de la madre o el día de los malentendidos

Una de las acciones de Cacho que generó más controversias entre las vendedoras coincide con el momento en que se hizo explícita la naturaleza del diálogo entre la Municipalidad de Córdoba y la Feria. Los logros de Cacho eran muchas veces anunciados en las reuniones como vagas proyecciones a futuro, que sin mucha noticia, iban concretándose. Fue el caso de una ceremonia de reconocimiento a la colectividad peruana de Alberdi por parte de la Municipalidad. El acto, que incluyó el izamiento de las banderas de Perú y Argentina y la inauguración de tres placas conmemorativas, fue anunciado por Cacho a las vendedoras con sólo una semana de anticipación, aunque la idea había sido comentada al pasar en alguna reunión anterior. La ceremonia fue celebrada el día de la madre peruana<sup>28</sup>, aprovechando que es una fecha de importancia en la Feria. El inesperado aviso generó mucha expectativa entre las vendedoras por el movimiento de ventas que se esperaba para ese domingo.

*Con la presencia del Vicecónsul peruano, el Intendente Ramón Mestre, el Padre Horacio Saravia y representantes de la Hermandad del Señor de los Milagros (una organización religiosa peruana) se izaron las banderas de Perú y Argentina. También se inauguraron tres placas, colocadas el día anterior, en donde se reconocía el “aporte de la colectividad peruana al enriquecimiento social y cultural a la ciudad de Córdoba”. A esto se sumaba un show con bailes típicos de Perú. Muchas de las vendedoras habían traído más comida y bebida de lo usual, esperando aprovechar el acto y la gran cantidad de visitantes que traería a la Isla, se conjugaba el día de la ma-*

<sup>28</sup> El segundo domingo de mayo se celebra el día de la madre en Perú. Con el tiempo se ha convertido en una fecha importante en la Feria, tanto porque se espera mayor afluencia de visitantes, como porque CECOPAL realiza una radio abierta con música, entrevistas y sorteos de canastas familiares. Para las vendedoras todos elementos propicios para esperar buenas ventas ese día.

*dre y la presencia del Intendente. Sin embargo, la ceremonia resultó en una gran paradoja, por lo menos para las vendedoras, pues al momento de la celebración Cacho no las dejó entrar al predio para que monten sus negocios, argumentando que “no se puede vender comida informalmente delante de las autoridades del Gobierno”. Esto causó la indignación de las vendedoras, que se quejaron tanto de la actitud contradictoria de la Municipalidad por reconocer que aportaban a la ciudad como comerciantes y no dejarlas entrar a vender, así como de la “falta de compromiso” de Cacho al no hacer nada. A esta situación se le sumaba el enojo por las pérdidas que tuvieron al hacer más comida, pensando en aprovechar el evento. [Diario de campo, 10/05/15]*

Recién a las dos de la tarde, cuando la ceremonia terminó y la gente de la Municipalidad se retiró, las vendedoras pudieron entrar a la Isla. Lo hicieron todas juntas, montando rápidamente sus puestos para aprovechar algo del movimiento que quedaba. Pero ya era tarde, el grueso de visitantes se había ido. Aunque luego hubo oportunidad de recuperar algo de las ventas, gracias a una radio abierta organizada por CECOPAL con motivo del día de la madre.

Como hemos visto, el movimiento de visitantes en la Isla es una preocupación cotidiana de las vendedoras, de ello dependen los negocios y sus ventas, por lo que cualquier evento que lo propicie es valorado. Por eso, ante el aviso de Cacho las vendedoras vinieron preparadas con más cosas de las que normalmente traen, lo que explica su indignación: Cacho había organizado la ceremonia pero fue el principal obstáculo para aprovecharla. En cambio, él nos comentó orgulloso cómo se había encargado personalmente de que las tres vendedoras que habían ido exclusivamente a ver el acto le dieran la mano al Intendente Mestre y se tomaran una foto con él. Por otro lado, reclamó fuertemente sobre la actitud del resto:

*No pues, como vas a querer vender anticuchos con el Intendente de la ciudad dando un discurso de reconocimiento a la colectividad peruana, ¿se van hacer menos ricos por unas horitas que no vendan? No pues, así no es, es la ignorancia, no saben qué está pasando.*

Cacho no fue el único en reprochar lo sucedido. Aunque pocas, había algunas vendedoras como Liliana, encargada de un puesto de papas rellenas, que apoyaban los recientes cambios de la Feria. Había participado en la decoración de la ceremonia trayendo unas banderitas de Perú hechas con papel afiche. Nos expresó su disgusto con el resto de vendedoras, afirmando que *cómo era posible que no hayan hecho nada para decorar la Isla sabiendo que venía el Intendente*. Unas semanas más adelante, charlamos con Ángela sobre lo sucedido y sobre el reclamo de Cacho pues sólo una vendedora lo había ayudado con los preparativos para recibir a Mestre:

*A mí no me dijeron nada, excepto que traiga botanitas, ¿para qué voy a traer botanitas si yo tengo mis platos para ofrecer? ¡Las botanitas no sirven! Yo soy vendedora y lo que vendo son platos. Si me vas a reconocer algo, me vas a reconocer eso. En Perú los ambulantes hemos acompañado desde siempre las calles, las procesiones, los mercados y nadie nos ha venido a botar. ¿Cuándo te han botado por vender comida en la calle? A mí no me van a venir a botar ni Cacho ni el Intendente.*

Tenemos el primer gran desacuerdo entre Cacho y las vendedoras, que es al mismo tiempo un desacuerdo entre la Municipalidad de Córdoba y la Feria de los Patos. Lo que resulta evidente sobre la ceremonia para la Municipalidad en relación a la Feria, beneficiarla por medio de un reconocimiento oficial, es totalmente inapropiado desde el punto de vista de las vendedoras, que deseaban aprovechar el movimiento propiciado por el evento para hacer crecer las ventas. Tanto la Municipalidad, a través de Cacho, como las vendedoras, interpretaron las acciones del otro como inadecuadas y contradictorias.

Queremos proponer aquí que la lógica de lo sucedido responde a la del *malentendido*, recurriendo a una categoría local. Las razones que movilizaban las acciones de un lado y del otro no son las mismas, aunque en alguna medida los involucrados suponen que sí, sobre todo y con cierto nivel agresivo la Municipalidad y Cacho. Si bien podemos decir que la ceremonia sería el inicio de la ruptura entre Cacho y la Feria, que iremos viendo de aquí en adelante, no es esta su principal causa. Los malentendidos se venían dando antes de este episodio, manifestándose de diferentes formas: el reclamo de Kevin por volver a la limpieza como eje de la discusión, el

silencio desafiante de Lucía y la ausencia de las chicheras en las reuniones son ejemplos de ello. Lo que la ceremonia habilitó es que estos malentendidos empezaran a circular con mayor intensidad y que los comentarios reflejaran cada vez más abiertamente los desacuerdos en juego.

## Los malentendidos se multiplican

A partir del siguiente domingo, los malentendidos empezarían a manifestarse de forma continua y un conflicto entre dos puestos complicaría nuevamente las relaciones con Cacho. Rosana, encargada de un taller de pintura para niños, tuvo una fuerte discusión con un puesto recientemente incorporado a la Feria. El problema no era la aparición del nuevo puesto, algo que sucede relativamente a menudo, sino que se había ubicado a su lado y cuando pidió que se movieran, se negaron. Nada de esto es nuevo, como ya sabemos, y normalmente la discusión habría proseguido hasta llegar a un acuerdo. La novedad fue que Cacho había hablado con los recién llegados antes de la discusión para confirmarles que había lugar para todos y que podían ubicarse donde mejor les pareciera. Cuando Rosana reclamó la reubicación del puesto, se negaron argumentando que tenían la autorización del *Presidente de los Patos* para colocarse en el sitio que habían elegido. Rosana se acercó inmediatamente a Cacho diciéndole que le estaban *robando a sus niños* y él contestó que *no son sus niños, los clientes no le pertenecen a nadie y pueden ir a donde mejor les parezca, esa es la lógica natural del negocio*. Para ejemplificar su argumento, le recordó que su puesto está frente a otro puesto de películas, con el cual compite, además de compartir un historial de fuertes discusiones. Al final de la conversación, Cacho había delegado la responsabilidad a los puestos de entenderse entre sí y arreglarse.

Discusiones como estas normalmente son solucionadas entre las vendedoras afectadas. Es lo que sucedió, como ya hemos visto, con el puesto de Julio y su familia cuando se instalaron en la Isla. No siempre la resolución de este tipo de conflictos es inmediata; a veces las discusiones pueden ser más agresivas, llegando a las amenazas o prolongarse en el tiempo aunque por medios indirectos, como Cacho que nunca dejó de tener enemistad con su vecina aunque ya no pelean abiertamente. No obstante, la situación depende en todos los casos de la negociación exclusiva entre los puestos

involucrados. El problema que emerge aquí es la intermediación de Cacho, como árbitro autorizado para dictar una resolución sobre el conflicto, incluso cuando esta sea dejar a las vendedoras arreglarse entre ellas.

En el Capítulo II hemos analizado en detalle cómo los lazos entre compañeras de puesto suponen una convivencia de confianza y competitividad constante. Los conflictos por los lugares y su eventual resolución forman parte de estos vínculos. Julio y su familia comienzan su relación con Ángela a partir de un pequeño roce y a través de éste se vuelven buenos compañeros, ahora no sólo intercambian anécdotas sobre sus vidas, sino también favores. La indefinición de los espacios y la necesidad de resoluciones momentáneas y parciales son fundamentales para establecer el carácter de estas relaciones, que se insertan en una lógica donde la ayuda, la confianza y la competencia son claves. La fortaleza de estos vínculos es algo a resaltar a la hora de comprender las pretensiones de autoridad de Cacho, que siempre se toparon con obstáculos para volverse efectivas. En el conflicto de Rosana sucedió que sólo una de las partes aceptó el rol de Cacho como Presidente de los Patos, mientras que la otra hizo caso omiso de sus palabras y se encargó de hablar con quién podía (otras vendedoras e incluso nosotros), haciendo a Cacho responsable de esta situación y otros problemas. Rosana en sus reclamos no se oponía a organizarse *para hacer mejor las cosas* sino a Cacho, a quien no le reconocía autoridad alguna. Entre otras cosas, recalcó que el nuevo puesto venía de la Feria de Plaza Jerónimo del Barco (ubicada en el barrio Alto Alberdi) y que últimamente estaban ingresando a la Isla varios puestos nuevos, de ropa mayormente, provenientes del Parque las Heras. Estos movimientos la llevaron a afirmar que *si los peruanos no le ponen un freno a esto*, refiriéndose a Cacho, *gente de otros lados nos invadirían y quitarían el negocio*.

En la Isla siempre se percibe cierta intranquilidad entre las vendedoras por saber lo que está pasando. El ingreso de la policía al predio, una pelea entre visitantes, la ausencia de una vendedora, la llegada de un nuevo puesto, todo es motivo para hablar. Esta ansiedad por enterarse de cada movimiento en la Feria, contrasta con la relativa inmovilidad de las vendedoras en sus puestos. La única forma que tienen de saber lo que pasa es por lo que otros dicen, usualmente otras vendedoras, aunque también caseritos y clientes pueden servir a este propósito. Las vendedoras llaman *pasarse la*

voz a esta circulación de información y noticias que va puesto por puesto y de boca en boca. También es frecuente escuchar muchas quejas en la Feria por los *mal pensados* y los *chismosos*. Parte del proceso de enterarse de algo es cuidarse, al mismo tiempo, de no quedar atrapado en las intenciones de terceros. Sin embargo, hay una tensión inherente entre noticias y habladorías en el pasarse la voz, entre la buena información y las malas intenciones. Ambas participan del mismo mecanismo parcializado y rotativo de comentarios y opiniones, formando el circuito de comunicación por el cual las vendedoras se enteran e intervienen en lo que sucede cotidianamente en la Isla.

El chisme ha sido caracterizado como “aquello que se habla sobre personas ausentes en la situación enunciativa, con cierta intención evaluativa o crítica (moralizante) de su conducta” (Fasano, 2008, p.12). Si bien en la Feria se reconoce algo similar, el hecho de que los chismes circulen junto con las noticias y la información vuelve difusos sus límites. La preocupación de las vendedoras por los mal pensados expresa esta coexistencia y los modos de lidiar con ella, de detectar las intenciones en juego. En este sentido, lo que caracteriza el pasarse la voz en la Feria no es sólo la circulación de chismes u otro tipo de enunciados, sino el modo mismo en que es producida la circulación: de boca en boca y a través de una superposición permanente de contenidos e intenciones divergentes, haciendo fácil la emergencia de malentendidos.

Que Rosana pasara la voz sobre lo que le había sucedido y sobre lo que opinaba, tuvo un peso importante en la colectivización del desacuerdo con respecto a los cambios surgidos a través de Cacho y la comisión organizadora. Al igual que los pequeños gestos de disidencia de Lucía y las chicheras, el hablar con todos menos con Cacho fue una manera efectiva de confrontarlo evitando una discusión directa y alimentando el descontento que ya existía entre otras vendedoras. Las palabras de Rosana fueron de puesto en puesto, siendo comentadas y reinterpretadas por cada vendedora, agregando su propio descontento y aumentando las responsabilidades de Cacho, en lo que empezaba a percibirse como un malestar común.

El pasarse la voz resuena con la noción de independencia parcial propuesta al principio de este Capítulo. Como en aquellas primeras y caóticas reuniones, aquí también es fundamental la existencia de un espacio comunicacional disponible para ser ocupado sin ningun-

na restricción o filtro para los comentarios y opiniones de quienes participen. La falta de estos mecanismos restrictivos en los contenidos transmitidos es lo que incentiva la producción de chismes y malentendidos. En el caso que venimos analizando, las palabras de Rosana devinieron en una increpación colectiva a Cacho porque *él no es nadie para traer vendedores a la Isla*.

En otras palabras, se trataba de un juego de desacuerdos propiciado por una red de comentarios establecida de forma paralela a las reuniones, que fue colectivizando los ánimos disidentes y poco a poco socavando la legitimidad de Cacho y la comisión organizadora. A medida que el mensaje de Rosana pasaba por más bocas su contenido iba transformándose en otra cosa, ganando cada vez más potencia de confrontación pero sin dirigirse directamente contra alguien. Finalmente, lo único que se retuvo de la pelea de Rosana es lo que ya preocupaba desde antes en la Feria, que Cacho estuviese arrogándose una autoridad que no se le había dado. En la siguiente reunión, Elena le diría a Cacho de forma imprevista, refiriéndose al episodio de Rosana con los recién llegados, un poco en broma, un poco en advertencia:

*Que si se enteraba que él estaba trayendo puestos de otros lados “lo colgaría del poste con todos los otros vendedores”. Cacho rechazó las acusaciones como “ridículas” y aseguró a todos, que no estaba trayendo a nadie a la Isla, sólo encargándose de que las gestiones propuestas se cumplieran lo más efectivamente posible. [Diario de campo, 24/05/15]*

Ya sabemos que las vendedoras entran y salen de la Feria sin que haya ningún sistema de autoridad formalizado que restrinja la circulación de puestos, no es éste el problema que se expresa aquí. La advertencia a Cacho es para dejarle en claro, literalmente, que no quieren que él traiga vendedores. El eje del asunto no es el movimiento de nuevos puestos, sino la posibilidad de que una persona se adjudique el control exclusivo sobre ese movimiento. No es necesario que alguien traiga vendedores, pues de eso se encarga la propia lógica del ensamblaje de la Feria (Latour, 2008; De Landa, 2006; Cusicanqui, 2010; Gago, 2014). Cada domingo, nuevas vendedoras, y no sólo ellas, pueden aparecer en la Isla. El éxito de su permanencia dependerá de otros factores (llevarse bien con las compañeras de puesto, ser honestas, hacer buenas ventas,

contribuir con algo de bulla a la Feria) que irán determinando si su presencia será estable, móvil o simplemente ocasional.

Hablar de una lógica del ensamblaje y de las independencias parciales como descriptores de la Feria no apunta a proponer un mecanismo inmóvil y abstracto como forma de organización. Nada menos parecido a eso que el organizarse feriante. Lo que intentamos sugerir es que la comprensión etnográfica de la Feria pasa menos por las representaciones o los sentidos que las vendedoras y otros colectivos se hacen de este espacio en sí, que por el modo en que son articulados para definir en las prácticas de cada domingo lo que la Feria hace, cómo lo hace y cómo podría dejar de hacerlo. En otras palabras, vendedoras peruanas, bolivianas y argentinas, militantes políticos, pastores evangélicos, estudiantes universitarios tienen representaciones y sentidos propios sobre la Feria. Lo que nos interesa es saber cómo éstos se agencian concretamente en las prácticas que describen operatoriamente este espacio. Como en el caso de Julio y las peleas que no son las mismas, no se trata de negar las representaciones étnicas de lo peruano y lo cordobés en juego, sino de describir cómo son usadas por nuestro interlocutor para hacer dos cosas concretas: a) diferenciar los conflictos y como se resuelven en la Feria en relación a otras ferias; b) utilizar esta distinción para integrarse en las relaciones con sus compañeras de puesto y otras vendedoras. Las representaciones están pero adquieren un sentido más diferenciado, si se quiere, cuando son observadas como elementos de una pragmática feriante que no parece dar privilegio a una explicación unívoca. Es lo que fue observado en nuestro análisis del éxito en los negocios, donde ser mujer y peruana no asegura nada sino es en combinación con la sazón, el tamaño de los platos y los buenos precios. También otras combinaciones que prescinden del aspecto mujer o peruana son posibles, como en el caso de Marcela, el Sueco y Julio; que sin eliminar estas representaciones las ubican y reubican en función de una *praxis* que define específicamente lo que es el éxito. Por otro lado, estas combinaciones o articulaciones existen gracias a que los elementos que las constituyen no se confunden nunca del todo entre sí y tampoco se someten a un solo propósito: las lógicas familiares que conforman el interior de los puestos no son ni hacen lo mismo que las comidas sabrosas y el buen trato, no obstante es la conexión parcial entre cada una lo que permite producir los caseritos.

En el caso del pasarse la voz también tenemos representaciones y sentidos por doquier y es de hecho lo que incentiva la emergencia de malentendidos. Pero siguiendo lo sucedido en el ciclo de reuniones, vemos que la fuerza colectivizante impulsada por esta práctica descansa en el modo en que estas representaciones circulan, no en las representaciones en sí mismas. Es yendo de puesto en puesto, de boca en boca, acumulando capa tras capa lo visto, lo dicho y lo pensado (con todas sus diferencias) que se logra formar un colectivo de desacuerdo. Se forma sin apelar al consenso en ningún momento, sin aclarar los malentendidos, potenciando un humor cada vez más desafiante con respecto a Cacho, pero sin confrontarlo directamente en ningún momento.

## La confianza de Cacho

Hay algo que debemos destacar y que es fundamental para comprender la naturaleza de la confrontación no-directa con Cacho: él fue descartado del circuito del pasarse la voz por las vendedoras y desplazado poco a poco de lo que sucedía en la Feria, sin saberlo<sup>29</sup>. Incluso, el mismo domingo en que se dieron las discusiones, Cacho se manifestó plenamente confiado de su lugar en la comisión organizadora y de su gestión. Esa noche, antes de la reunión, hubo una serie de episodios que parecían confirmar la eficacia de sus modos:

*Este domingo Cacho trajo un paquete de cofias para que las vendedoras que manipulan comidas y bebidas se las pusieran en el cabello. Varias no quisieron hacerlo. Rosa ya nos había comentado durante la tarde que no sólo no se iba a poner la cofia, sino que estaba en total desacuerdo con las pretensiones de Cacho de “dar órdenes en la Isla”. Al parecer, él le pidió, además, que ingresara su puesto al predio porque no podía estar en la vía pública, refiriéndose a su ubicación actual, unos metros fuera del puente de entrada del lado de Alberdi. Cuando le preguntamos qué hizo ella, nos contestó: “lo escuché, lo escuché hasta que se cansó y se fue”. Después, Cacho nos diría: “a esa mujer la va a levantar la Municipalidad con todo y puesto en cualquier momento, ya se lo he dicho dos veces*

<sup>29</sup> “Quien está fuera del chisme, está fuera de la comunidad” (Fasano, 2008, p.3 – resaltado en original)

*y dos veces me ha ignorado, yo ya no voy a interceder por ella". Esa tarde, tuvo los mismos problemas con Victoria por las cofias aunque a ella si la convenció, como nos confirmó él mismo, "le dije a la anticuchera que tenía el cabello sucio y que su aspecto daba cuenta de que no se bañaba hacía días y que los clientes no van a confiar de la comida que prepara bajo esas condiciones. Que con la cofia se oculta eso, se ve más presentable y eso a sus clientes les va a generar más confianza". Finalmente, Victoria y sus hijas se pusieron las cofias. En el momento en que nos contó esto, Cacho nos corregía, diciendo que él no tenía que convencer a las vendedoras, cosa que sugerimos al comentar sus acciones, sino que "debo imponerme debido a que lamentablemente es la única opción para hacer las cosas bien". [Diario de campo, 24/05/15]*

A pesar de su seguridad, se iba propagando un descontento entre las vendedoras cada vez mayor, aunque todavía silencioso a sus oídos. Empezó con aquellos gestos de Lucía al desentenderse (desengancharse) de las palabras de Cacho; con el de las chicheras al no participar de las reuniones y hacer caso omiso a las marcas que debían fijar sus puestos. Ahora se sumaban las duras críticas de Ángela por su papel en la ceremonia y la postura de Rosa de escuchar pero ignorar todo lo que le dijera, sin contar la pelea con Rosana.

Debemos resaltar, que en todos estos episodios algún elemento de la organización de la Feria, en tanto ensamblaje, se vio comprometido: para Lucía, el problema era convertir las reuniones que tenían un propósito puntual en otra cosa; para las chicheras que fijen sus puestos sin tener en cuenta que los negocios crecen; con Rosa se trataba de la aparición de alguien que pretendía dar órdenes sobre cómo y dónde ubicarse en la Isla; todo esto sumado al cuestionamiento de las habilidades y conocimientos de las vendedoras en el manejo de los alimentos y el servicio. En ninguno de estos episodios, hubo una confrontación directa con Cacho. Los desacuerdos fueron ensamblándose entre sí de la misma forma que se ensambla la Feria todos los domingos, conectándose parcialmente a través de un circuito de malentendidos (chismes, comentarios, información, noticias y opiniones) que iban de boca en boca y que no se expresaban en las reuniones. Se reproducían valiéndose de la única red que la Feria reconoce como propia, la que se forma

puesto por puesto, articulada en las múltiples relaciones que los definen.

## De vuelta a la voz de las vendedoras

Mientras esto sucedía, Cacho seguía con sus gestiones. Esta vez, se trataba de la inauguración de ocho tachos de basura en la Isla que consiguió a través de donaciones y el pedido de un permiso especial a la Municipalidad. El domingo en que presentó el nuevo logro, lo hizo no sólo para las vendedoras, sino también para los *empresarios* que habían donado el dinero, de los cuales algunos eran sus amigos. Entre los donantes, estaba una empresa de colectivos internacionales peruana; un consultorio odontológico; una clínica privada; y un reconocido restaurante de comidas peruanas de Alberdi. Marta nos contó que Cacho los conocía hacía muchos años y que juntos formaban *una especie de logia de peruanos profesionales*; si bien no los criticó, dio a entender que actuaban como un grupo cerrado del cual Cacho se sentía orgulloso de pertenecer.

Este evento tampoco estuvo exento de desacuerdos con las vendedoras. Cacho había instalado los ocho tachos de basura en las ubicaciones que las autoridades municipales le habían indicado en un plano oficial de la Isla. El problema era que en el plano que utilizaron no figuraba la Feria, mucho menos los puestos. Cacho siguió las instrucciones *al pie de la letra, para una correcta instalación*, colocando los tachos en lugares donde en realidad se ubican puestos, sin consultar a las vendedoras previamente. De esta manera, algunas de ellas se toparon ese domingo con la ingrata sorpresa de que en su espacio había un tacho de basura sin ninguna explicación. Esto fue lo que le sucedió a Angie, que se encontró con que uno de los tachos estaba instalado justo donde arma su puesto de chicha. Cuando fuimos a saludarla, la encontramos muy enojada por lo sucedido, *está muy mal, cómo era posible que me pongan un tacho en mi lugar de trabajo, a ver si lo hubieran puesto en el suyo* (refiriéndose al lugar del puesto de Cacho, ubicado exactamente al lado del de ella). Como muchas de las acciones de Cacho, la instalación de los tachos fue algo que se mencionó en una reunión como un proyecto a futuro cercano e indeterminado y que de un momento a otro se concretó. Había algunos enterados, los que pertenecían a su red de gestión, como Moisés, quien lo ayudo

a colocarlos la noche anterior y la Municipalidad de Córdoba. Las otras vendedoras no tenían idea, incluyendo las que conformaban con él la comisión organizadora.

El resto de ese día Cacho se dedicó a pasear con algunos de los donantes, aquellos que eran sus amigos, mostrándoles el predio y compartiendo sus proyectos a futuro. Poco se imaginaría que en el comedor de Lucía, ella y otras vendedoras se juntaban para hablar sobre su malestar con lo que estaba pasando; habían decidido que era necesaria una reunión para resolver los temas que las aquejaban. Ese mismo día, se sumó otra situación: Elena se acercó a Cacho para exponerle un asunto puntual, una amiga le contó que él había ido o a un restaurante de comidas peruanas a ofrecer *lugares en la Isla por ochocientos pesos*. Una vez comunicado Cacho, se concertó la reunión esa misma noche:

*La reunión se hizo alrededor del comedor de Lucía y fue convocada por un grupo de vendedoras entre las que se encontraban ella y Elena. Se dio espontáneamente, no se utilizó el sistema de tarjetas que había implementado Cacho los últimos domingos, sino que como en los primeros encuentros, se pasó la voz gradualmente, hasta que en un momento la reunión empezó. La palabra la tuvo primero Elena, quien dijo estar “muy enojada” por lo que se había enterado: una supuesta venta de lugares en la Isla por parte de Cacho. Elena aclaró a los presentes que si había aceptado la responsabilidad de ser parte de la comisión organizadora era porque la gente confiaba en ella y porque se comprometía a ser transparente en todo lo que hiciera. Al enterarse que Cacho estaba vendiendo “espacio publicitario por ochocientos pesos” se sintió muy mal, porque jamás se le dijo o comentó algo al respecto. Esta declaración provocó una gran discusión con posiciones encontradas entre quienes apoyaban las críticas a la falta de transparencia de Cacho y quienes defendían los logros de su gestión. Entre los primeros se reclamaba la atribución de Cacho para tomar decisiones sin consultar debidamente al resto de la comisión y peor aún, traer vendedores de otras ferias. Dentro de este grupo estaban Lucía, Deysi, Edith, Rosana y un miembro del puesto de los hermanos. Entre los segundos se aseguraba que las acusaciones eran un “gran malentendido”, principal argumento de Cacho, quien negó estar vendiendo espacio publicitario y expli-*

có, mostrando en sus manos los recibos por ochocientos pesos: “estoy recibiendo este dinero de los donantes por el costo de dos tachos, es decir, los donantes me dieron el dinero para comprar los tachos y no los tachos directamente”. Conseguir los tachos con el dinero de la donación fue su única tarea, negando rotundamente que estuviera vendiendo espacios para publicidad. Lo que hizo fue convencer a estas empresas diciendo que “los tachos eran una oportunidad de publicidad para ellos, una publicidad permanente”. Después de un momento caótico, donde las opiniones tendían a ir de un polo a otro, la discusión fue llegando a su final sin llegar a una aclaración sobre lo sucedido. Lo último que se dijo fue que “es necesario que todas las propuestas y decisiones a ser tomadas pasen por los tres miembros de la comisión organizadora”. Aquí Elena le reclamó a Cacho que la dejaba “afuera” en todas las propuestas, que él las resolvía solo. Cacho admitió que este era un “error”, pero que todo lo hacía con la “voluntad de mejorar las cosas para todos en la Isla”. [Diario de campo, 31/05/15]

Si en las otras reuniones la voz de Cacho había dominado la palabra casi exclusivamente, esa noche la participación fue sobre todo de las vendedoras. Varias de las que no habían hablado en las reuniones pasadas esta vez dieron su opinión con insistencia, sobre todo Elena, quien tuvo un rol importante como moderadora. Las voces incluyeron la participación de Deysi y Edith quienes sostuvieron una actitud dura y crítica. También hubo quienes defendieron a Cacho, como Nancy y Liliana, pues en su opinión lo que estaba haciendo por la Feria era *muy bueno*. No obstante, Nancy aclaró que entendía los reclamos del resto por *más transparencia* en las gestiones que se venían haciendo en su nombre y recordó que la autoridad de la comisión organizadora es producto de sus firmas y no de la voluntad de una persona.

Cacho por su parte se limitó a aclarar lo que consideró un *gran malentendido* con respecto al tema de la publicidad de los tachos, aunque reconoció un error no haber compartido sus acciones con el resto de integrantes de la comisión organizadora. Esta actitud contrastaba con aquella profesada durante esa misma tarde en una conversación que mantuvimos. Después de enterarse que las vendedoras harían una reunión, le sugerimos que tal vez era una señal de que debía ‘abrir la gestión’ para que el resto de vendedoras

participaran de ella. Cacho respondió con tono serio y enfático: *si me critican es muy fácil lo que hay que hacer, renunció a la comisión organizadora y dejó que ellos se hagan cargo de todo, a ver si van a poder.*

El desplazamiento de la voz de Cacho y el retorno de las vendedoras como moderadoras fue el resultado del pasarse la voz, que hizo de los desacuerdos un espacio colectivo de crítica hacia él, aunque en absoluto homogéneo y consensual. No olvidemos la insistencia de Cacho en relación a estar siendo increpado por un gran malentendido, que intentaba aclarar sin éxito. Es importante comprender que en la disparidad de los chismes, las opiniones, los desacuerdos y las relaciones interpersonales que componen la red de comunicación del pasarse la voz hay algo que une, la forma en que circulan, que es la forma del ensamblaje. Un circuito que va puesto por puesto y de boca en boca y que en su propio recorrido produce los malentendidos. Para recuperar nuestras palabras, a través de una lógica de independencias parciales de los elementos en relación: variable, dispersa y heterogénea.

## Todo vuelve y vuelve con más fuerza

Al parecer las cosas se habían calmado y sólo quedaba esperar que Cacho siguiera las advertencias que le habían dado las vendedoras, aunque la aparente calma de la Feria puede cambiar de un momento a otro sin ningún aviso. La calma también es parcial.

Durante las jornadas dominicales las vendedoras casi no se mueven de sus puestos, dedicándose a las diferentes tareas que supone atenderlos. Sus ojos, oídos y voces recorren la Feria a través de las ventas, las compañeras de puesto y los caseritos. Literalmente de mano en mano y de boca en boca como ya hemos descripto hasta ahora.

El movimiento del pasarse la voz era siempre a la vez el movimiento de relaciones, y las características de estas relaciones eran sólo aprehensibles siendo parte de su propio movimiento. En nuestra experiencia, esto fue posible gracias a la labor de ayudantes y de los recorridos que realizábamos cotidianamente en los pedidos de cambio o de favores y en el traslado de mercadería e información, circulando de puesto en puesto y participando de pequeñas y dispersas conversaciones de lo que acontecía en el día. Esta situación nos permitió participar del juego por el cual los múltiples

puntos de vista que conformaban la Feria se comunicaban cotidianamente. En otras palabras, esta aprensión en movimiento, propia de la circulación, era la única forma de conocer lo que pasaba por la Feria. Recordemos que eso fue lo que Elena hizo con Kevin antes de dar comienzo al ciclo de reuniones para solucionar el problema de la limpieza. Sin ese recorrido previo no habrían comenzado las reuniones en primer lugar. Moviéndonos entre los puestos fue también que nos enteramos que los desacuerdos con Cacho no se habían calmado y lo que parecía la jornada de siempre resultó no serlo:

*Regresamos al puesto de Ceci y después al de Cacho, con quien charlamos un poco. Contó que estaba “ofendido” y “herido” por lo sucedido en la reunión pasada, aunque aclaró que varias vendedoras le habían pedido disculpas por lo que le dijeron, sin mencionar quienes. También nos anunció enfáticamente que “ya no voy hacer una mierda, excepto terminar con el asunto de los tachos porque es un compromiso que involucra mi palabra”. [Diario de campo, 07/06/15]*

También pasamos por el comedor de Elena, enterándonos que las vendedoras todavía tenían algo que reclamarle a Cacho. Mientras él se resentía por lo sucedido el domingo pasado y regresaba a la rutina de las ventas en su puesto, el mismo grupo que había organizado la reunión anterior discutía la necesidad de otro encuentro para seguir aclarando las cosas. En este contexto, Elena nos avisó e invitó a participar de esta nueva reunión, que se realizaría cerca de las nueve de la noche<sup>30</sup>.

La novedad era que esta vez nadie le había avisado a Cacho. Así como nosotros no tuvimos noticias que nos advirtieran de la primera reunión, Cacho no las tendría sobre la última. Se encontraba desenganchado de la Feria-ensamblaje de forma similar a como nosotros lo habíamos estado al principio de nuestra estadía, cuando lo que circulaba pasaba por todos lados menos por nosotros. Más adelante nos enteramos que Edwin, hijo de Elena y ayudante en su comedor, había regañado a su madre por haberle

<sup>30</sup> En esta invitación se manifestaba nuevamente el carácter abierto de las reuniones, lo que no quiere decir que las vendedoras no cumplieran un rol diferencial en ellas. Sólo que esto no era privativo de la presencia, e incluso participación, de cualquier otro elemento de la Feria, incluyendo aquella extraña incorporación que éramos nosotros.

avisado a Cacho el domingo pasado. Esta reunión, que fue la última del ciclo, se daría entonces de forma totalmente imprevista para él. Fue el movimiento que anunciaba lo que pasaría después:

*La reunión empezó con Edwin tomando la palabra. Dijo que él y su mamá habían ido a la Municipalidad y ahí les habían dicho que “un hombre de la Isla que dijo ser el Presidente de los Patos había ido a negociar las tarifas para el alquiler de lugares para puestos en la Feria”. Los presentes tomaron inmediatamente esto como si Cacho hubiera sido el responsable. También incitó a preguntarse y decidir si querían o no querían seguir trabajando con la Municipalidad de Córdoba: “si la Muni entra a la Isla, lo que van hacer es fiscalizar los sitios poniendo una tarifa de alquiler y si alguien se enferma y deja el puesto por eso, ellos se lo van a dar a cualquiera que pague”. La respuesta de las vendedoras fue unánime, querían estar solas y que las cosas fueran como antes, lo único para lo que se reunieron era para resolver el tema de la limpieza y eso ya estaba solucionado. [Diario de campo, 07/06/15]*

Las vendedoras hicieron una asociación especular entre Cacho y la Municipalidad de Córdoba, haciendo de sus intereses los mismos: tomar el control sobre la Feria. Ya no se trataba de responderle a Cacho sino a la Municipalidad; las voces de las vendedoras habían vuelto para identificar a su interlocutor con claridad. Aquí poco importa la certeza de esta asociación, sino el rol que cumple en la recuperación del espacio de discusión que fueron las reuniones en el primer momento del ciclo. Ahora estaba claro, era la Municipalidad intentando meterse en la Feria para fiscalizar los negocios. Se había descubierto que las intenciones de Cacho y la Municipalidad no tenían nada que ver con mejorar su organización. La pregunta que hace Edwin es explícita, *¿Queremos dejar o no que la Municipalidad entre a la Feria?*

La respuesta de las vendedoras, no obstante, no puede entenderse como inducida por las palabras de Edwin. Sus palabras ya eran la respuesta que las vendedoras habían pronunciado antes de la reunión. Ellas sabían qué contestar antes de que se les hiciera la pregunta; por eso hicieron la reunión en primer lugar. Su rechazo no se dirigía hacia la formalización de la Feria, nadie negó nunca los aspectos positivos que esto podría tener, sino al control de los lugares, los puestos y las relaciones entre ellos. En otras palabras

la fiscalización, en el sentido expuesto en la reunión, es equivalente a la imposibilidad de seguir con aquel organizarse político del ensamblaje que define a la Feria:

*Algunos vendedores, como el hombre que hablaba por los hermanos, pidió directamente la renuncia de Cacho, “que regrese a ocuparse de sus películas en su puesto”, así como la disolución de la comisión organizadora para regresar a como estaban antes. Muchas vendedoras apoyaron estas palabras. [Diario de campo, 07/06/15]*

Cacho intentaba aclarar la situación, utilizando los mismos recursos de la reunión anterior, apelando a un uso puntual y argumentativo de la palabra para esclarecer los hechos. Pero las vendedoras se negaron rotundamente a siquiera escucharlo. Cacho sacó el mismo documento de la reunión pasada, leyendo nuevamente el permiso que le había otorgado la Dirección de Áreas Verdes para colocar los tachos, alegando que esa fue la única acción que había llevado a cabo en la Municipalidad. La gente no quiso escucharlo, diciendo que era lo mismo que ya había dicho la vez pasada y asegurando que esos papeles no servían para nada. Cacho reclamó que se hiciera la acusación con nombre y apellido de la persona con quien habían hablado en la Municipalidad, porque sin eso la acusación no tenía ningún valor; él leía ese documento porque tenía el nombre y fecha de todo lo que hizo. Las vendedoras no lo escucharon y fueron inquietándose cada vez más, mientras Cacho alzaba la voz y daba vueltas alrededor del centro de la reunión, como tratando de convencer a los presentes por el simple hecho de moverse alrededor de ellos:

*El representante de los hermanos, Deysi y otras vendedoras pidieron la renuncia de Cacho, exigiéndole que entregara el papel con sus firmas y no volviera a gestionar nada en su nombre. No querían que volviera hacer nada para ellos nunca más. Cacho insistió que quería limpiar su nombre y las vendedoras contestaron que no les interesaba hablar más del tema. La única que no compartió esta actitud fue Ángela, quien dijo que en una reunión “democrática” se debía escuchar a todos y presentar argumentos claros como los que pedía Cacho. Sin embargo, esta declaración rápidamente derivó en otra discusión, ya que Manzanita se metió en el medio y acusó a Ángela de “estar con*

*él”, disparando la ira de la picaronera. De tal forma, que antes que ayudar a moderar la situación, el comentario contribuyó a que empeorara y a sumar una nueva y agitada discusión a la reunión. [Diario de campo, 07/06/15]*

La confrontación de dos formas de organización, aquella propia de la Feria y la que Cacho intentó efectivizar a través de sus gestiones, había encontrado un punto de contraste evidente en el uso de la palabra. Mientras la articulación de las primeras reuniones se producía en torno a un ejercicio circular que no totalizaba ni la palabra ni las discusiones y por el contrario las hacía diferir, las que le siguieron se caracterizaron por la predominancia casi exclusiva de la voz de Cacho, configurando un espacio donde las vendedoras pasaron a ocupar un lugar silencioso, aunque que como vimos en absoluto pasivo. En la última reunión del ciclo, la recuperación de las voces de las vendedoras, la negativa de tratar con la Municipalidad de Córdoba y el pedido innegociable de renuncia de Cacho sería fulminantes:

*Cacho, muy exaltado, dijo que a él nadie lo sacaría de la comisión organizadora, sino que renunciaría, que le hacían un favor, hacían su vida menos complicada y que regresaría tranquilito a su puesto. También desafió a los presentes: “ustedes no llegaron a gestionar nada en diez años y miren todo lo que he hecho en un sólo mes, a ver que pueden hacer ustedes ahora”. Los presentes lo escucharon sin decir nada durante unos breves momentos, después le exigieron que entregara el documento con sus firmas y que no volviera a intentar gestionar nada en su nombre. Cacho entregó el documento a Manzanita, no volvería a tomar la palabra. Quienes hablaron después fueron Elena, Deysi y Lucía, acordando con el resto de vendedoras en disolver la comisión organizadora. Se hizo un compromiso colectivo de que “si llega haber algún problema nos juntamos todos y lo resolvemos juntos, unidos, pero que sin que nadie de afuera se meta”. Se estableció no hacer ni una comisión organizadora ni una junta directiva y seguir como habían estado. Al final de la reunión, le advirtieron a Cacho que si entraba gente de la Municipalidad a la Isla lo harían responsable a él y entre todos lo colgarían. [Diario de campo, 07/06/15]*

## El ensamblaje como organización

Julieta Quirós (2014) ha propuesto que los etnógrafos deberíamos ser capaces de registrar todos los mensajes no discursivos involucrados en las situaciones en la que las personas están diciendo o haciendo algo, porque éstos son los elementos que nos permiten reconstruir la atmósfera en que la palabra dice y actúa. También advierte de la necesidad de desplazar la atención de lo que las personas nos dicen a nosotros, a lo que se dicen entre ellas. Por último, sugiere que el material resultante debería ser analizado menos en los términos de una semántica, lo que significa tal cosa, y más de una pragmática: “¿De qué hablan las personas en este lugar?, ¿qué se preguntan?, ¿qué se responden?, ¿qué signos son pertinentes?, ¿qué producen (hacen, deshacen, transforman) esos signos en las situaciones, interacciones y relaciones estudiadas?” (p.56).

Seguir el rumbo de los “mundos vividos” es preguntarse cómo los otros hacen esos mundos y cómo se define en ellos lo que es una relación, sea política o de organización. Nuestra intención no ha sido explicar lo que la política ‘significa’ para las vendedoras, sino reconstruir en la medida de nuestras posibilidades la “pragmática” de aquello que la propia Feria describe como una operación organizativa o una práctica de confrontación política. Para tal objetivo fue indispensable una estrategia descriptiva que permitiera presentar los relatos en la “atmósfera” dentro de la cual las vendedoras y sus puestos dicen y hacen. La recuperación de esta instancia a través de la traducción etnográfica nos llevó a reconsiderar el lugar que había que otorgarle a las representaciones y los sentidos que las vendedoras y otros colectivos se hacen de la Feria, considerándolos en relación a los modos específicos en que son puestos en juego. Para comprender cómo se colectivizaron entre las vendedoras los desacuerdos con Cacho y la Municipalidad de Córdoba, hubo que enfocarse menos en lo que circulaba en el pasarse la voz, en términos de significados, que en el propio modo en que la circulación era definida por esta práctica; como una red de comunicación paralela a las reuniones, donde cada puesto formaba el eslabón de un circuito que trataba la información como una superposición de información, desacuerdos personales y chismes con un gran potencial de afección política.

A lo largo de este capítulo nos hemos enfocado en el registro de dos tendencias organizativas diferentes en la Feria. Lejos de sugerir dos tipos de organización excluyentes entre sí, preferimos hablar de dos polos de organización en coexistencia<sup>31</sup>. Uno, íntimamente conectado a la potencia de los vínculos interpersonales de las vendedoras, otro a la capacidad de captura y disciplinamiento del Estado. Mientras Cacho y la comisión organizadora privilegiaron la reunión como modo de colectivización, las vendedoras se apoyaron en el pasarse la voz y las relaciones entre compañeras de puesto.

Vale aclarar que nuestra distinción no se basa en una oposición entre el carácter legal de la formalidad y el ilegal de la informalidad. Como Fernando Rabossi (2008; 2011) ha discutido, es el propio Estado el que produce y gestiona las prácticas de ilegalidad que aseguran las condiciones de precariedad de la informalidad. La participación nunca explicitada del todo de la Municipalidad de Córdoba en las reuniones y la falta de luz en el predio son algunos ejemplos de estas prácticas. Lo que queremos subrayar son las operaciones implicadas en aquello que se designa como formalidad e informalidad. ¿Cómo la organización de la Feria se hace?, ¿en qué se distingue de la organización que la Municipalidad le exige?, ¿cuáles son los elementos que en una y en otra predominan?, ¿qué es lo que al Estado con sus propias prácticas de organización intenta mantener en condiciones de precariedad? Si bien hablamos de dos polos de organización que definen espacios diferentes en nuestro campo (la Feria y el Estado), no por eso dejan de coexistir el uno en el otro. Las vendedoras tienen sus propias iniciativas de formalización para resolver algunas cuestiones y la Municipalidad no deja de utilizar vías informales para llevar adelante muchos de sus propósitos. Sin embargo, nos parece claro que el predominio de cada uno de estos polos no es el mismo en ambos espacios y que esto termina por diferenciar a la Municipalidad de Córdoba y a la Feria de los Patos desde el punto de vista de la organización.

<sup>31</sup> También hay que considerar que las eventuales intervenciones de la policía y la falta de luz en el predio son ‘signos’ interpretados en la Feria de la presencia y actitud disciplinadora de la Municipalidad. En ese sentido, Cacho fue aquel vendedor que dio un paso más allá y respondió a la interpelación de estos signos, buscando en el proceso negociar algunos beneficios para él y la Feria.

El episodio de las reuniones, por su condición de cuasievento<sup>32</sup>, constituyó un escenario privilegiado para observar las conexiones, equívocos y disputas entre ambos polos explicitando la tendencia de uno de ellos, con su afán de contacto y reconocimiento por parte de instituciones vinculadas al Estado, a subordinar las relaciones de organización de la Feria a sus exigencias (usar las cofias, tener un representante, dejar de pelear). El contacto y reconocimiento buscado por Cacho lejos está de agotarse en las relaciones particulares de éste con algunas autoridades del Gobierno Municipal, y abarca modos de organización específicos que dan a la representación y la gestión un lugar fundamental. A pesar de la coexistencia y diálogo de ambos polos, nada nos impidió, siguiendo los propios acontecimientos del campo, definir las diferencias entre ellos. Porque no es lo mismo el ‘organizarse feriante’ que valora los vínculos de cercanía y produce una composición móvil, que la ‘organización formalizante’ que prefiere *hablar claro* para poder dialogar con las instituciones del Estado en sus propios términos. El esfuerzo por establecer las diferencias etnográficas entre ambas prácticas de organización ilumina el porqué de la disolución de la comisión organizadora y el rechazo tajante al proyecto de formalización de la Feria. Un rechazo que descansa menos en una postura en contra de los beneficios de negociar con el Estado, que en el uso de esos beneficios como un medio de captura y disciplinamiento: la pérdida de autonomía y la fiscalización, como elocuentemente fue planteado por Edwin en la última reunión del ciclo.

El organizarse feriante supone una forma de hacer política que le permite a las vendedoras y sus puestos un alto grado de autonomía: *el cada una tira para su lado*. Esta afirmación refiere en un primer momento a la ineficacia de los mecanismos de decisión basados en el uso consensual y representativo de la palabra, las reuniones. No obstante, también puede ser tomada como la descripción positiva de cómo la Feria se organiza; en base a una

<sup>32</sup> En los relatos de iniciativas anteriores las reuniones siempre aparecen como aquel lugar y momento en donde las vendedoras dicen que van hacer algo juntas y nunca lo hacen, no al menos como se lo habían planteado en un primer momento. Es el espacio en que casi algo siempre sucede pero finalmente no sucede. Del mismo modo, el ciclo de reuniones analizado en este capítulo fue el evento donde casi la Feria de los Patos se formaliza y sin embargo no lo hizo. En el mismo momento en que las vendedoras parecían coincidir con todo lo que el Estado decía se revela que nunca estuvieron de acuerdo en nada.

articulación de independencias parciales, siempre abierta a la posibilidad del desacuerdo y que privilegia la forma de la ‘red’ como modo de colectivización de las decisiones: red de comentarios, red de chismes, red de compañeras de puesto. Esto no supone que la emergencia de una comisión organizadora sea un contrasentido, porque tal forma de organizarse no niega la posibilidad de que las vendedoras se pongan de acuerdo para tomar ciertas decisiones como la de la limpieza. Lo que muestra es que tal acuerdo no tiene la necesidad de establecerse de forma unívoca. Si hay algo que caracteriza, en ese sentido, el polo de la organización formalizante es la insistencia en no reconocer otros modos de organización y en la exigencia (como única opción) de las vías de la representación y la gestión. Si hay, hubo y habrá reuniones que convocan a las vendedoras y no sólo a ellas para tratar ciertos problemas de interés común no es el asunto; lo que las vendedoras colocan como problema, en principio, es la forma misma en cómo lo común es establecido.

## La Feria como lo común

Nos gustaría abrir un paréntesis y recuperar la diferencia conceptualizada por el Comité Invisible (2014) entre “organizar” y “organizarse”. El primer término hace referencia a la planificación de la ciudad según las necesidades sociales (el barrio de oficinas, el barrio de fábricas, el barrio de migrantes, los espacios de relajación, el lugar donde comer, etc.), correspondiéndole al Estado y a toda una casta de organizadores su ejecución, así como a la policía su defensa. Se trata de un proceso de segmentarización de la vida que tiene como fin colocar cada cosa en su lugar. Por el contrario, el segundo término responde a la capacidad que no deja de manifestarse en las ocupaciones, en las revueltas, en los bloqueos, ¿en la Feria?, de organizarse, de volver a conectar aquellos trozos de vida (dormir, luchar, comer, cuidarse, hacer una fiesta, conspirar) cortados por la organización en un sólo movimiento vital. Como dicen los autores, uno apela a la “gestión”, otro a la “atención”, disposiciones altamente incompatibles.

La Feria de los Patos, en tanto espacio común, pone en cuestionamiento las reglas de ordenamiento de la ciudad al conectar todos los domingos las artes de la venta, las prácticas de solida-

ridad familiar, los momentos de esparcimiento, la confrontación a las exigencias de la Municipalidad en un sólo lugar. Como hemos analizado a lo largo de este capítulo y el anterior, la organización de este espacio reside menos en sus representaciones (que de hecho interesan más al Estado, la Feria como aporte cultural por ejemplo), que en los modos, las prácticas y las técnicas de articulación, de combinación, de ensamblaje. Lo común es siempre la forma misma de estar juntos, de conectar territorios existenciales diversos (Gago, 2014). En este sentido Cacho y la Municipalidad quieren “organizar” la Feria, gestionar su correcto funcionamiento, mientras las vendedoras quieren “organizarse” para poder estar juntas, pero cada una tirando para su lado.

En Los Patos, los trozos de vida son conectados a través del ensamblaje de independencias parciales, en el que cada acuerdo siempre puede volver a fallar y ponerse en discusión nuevamente, es lo que pasa una y otra vez con la limpieza. Un modo que privilegia la autonomía de los puestos en tanto es mediado por las relaciones interpersonales de proximidad, así como el deseo colectivo de un crecimiento y control diseminado de la prosperidad (la abundancia). Este deseo tiene un correlato explícito en la apertura de la Feria a la permanente incorporación de nuevas vendedoras, visitantes, comensales, antropólogos, partidos políticos, ONG, congregaciones evangelistas, siempre que ayuden a sostener al propio ensamblaje. Por lo tanto, la Feria no puede definirse como peruana, no porque lo peruano no exista, sino porque existe “junto con otros” (Stengers, 2015). Es un elemento más, junto con los partidos políticos, los estudiantes y la propia Municipalidad, pero nunca ‘el’ elemento. El tema siempre será cómo se están articulando entre sí, cómo se establecen las relaciones entre ellos. Esa es la disputa que el ciclo de reuniones analizado expresa y lleva adelante.

Para terminar, podríamos decir que a la pregunta por el cómo se articula el conjunto heterogéneo y abierto que es la Feria de los Patos; nuestra propuesta, que esperamos ‘resuene’ con la de las vendedoras, sugiere que la Feria se hace de la misma forma en cómo se conecta un puesto con otro, o una comida con un cliente. Se organiza a través del arte de mantener juntas cosas disímiles, sin por ello perder lo que las diferencia. Un ejemplo son los malentendidos del pasarse la voz que no niegan la ‘verdad’ de lo que dice cada parte, pero sí las enreda, las acopla, las ensambla

con la de los otros, sin pretender comprenderlas, convencerlas o totalizarlas (cf. Gago, 2014). Esta lógica del ‘embrollo’ se expresa en muchos aspectos de la Feria. Una chichera está preocupada por su negocio, por exponer adecuadamente sus productos para atraer la atención de los clientes; los hermanos todos los domingos a las siete de la tarde dan su testimonio; la chichera no es evangélica y le molestan sus gritos, pero el día que faltan se lamenta de que no estén para hacer bulla y atraer gente a la Feria. Este es el tipo de conexiones que cotidianamente registramos, donde cada uno se conecta ‘sin querer’ con los otros por alguna parcialidad, sin que jamás se vea comprometido un entendimiento global entre los involucrados.

En este capítulo, esa misma lógica se puso en operación para acoplar algo mucho más peligroso, el diálogo con Cacho y la Municipalidad de Córdoba, que no resultó ser otra cosa que el intento de imponer un proyecto de organización en la Feria. Esperamos haber podido presentar cómo las múltiples disidencias dispersas de las vendedoras, que devinieron en un rechazo común al proyecto de formalización, no se gestaron en las reuniones, sino en la red de comentarios, chismes y pequeñas confrontaciones que se estableció en los contornos de ese espacio. Esta red, a su vez, dependió de las mismas condiciones de la Feria-ensamblaje; dos de ellas, crecimiento e independencias parciales, ya fueron analizadas en el capítulo anterior y en este. Resta dedicarnos a su última variación: el “equívoco”.

## Capítulo IV

### *Equivocarse*

En el Capítulo II propusimos el concepto de “ensamblaje” (Latour, 2008; De Landa, 2006; Cusicanqui, 2010; Gago, 2014) para describir y comprender los modos en que la Feria es producida cada domingo, haciendo énfasis en el funcionamiento de los puestos y las relaciones que despliegan entre sí y con la familia, los clientes y los caseritos. De este análisis se desprendió el papel de la noción de *abundancia* como horizonte común (Gago, 2014; Stengers, 2015) de un abanico de prácticas que conjugan las actividades de comercio (el negocio y las ventas) con una tecnología del trato, clave en la elaboración de los vínculos de cercanía, como sucede con los caseritos. En el Capítulo III nos preguntamos cómo estas prácticas se organizan en su conjunto, teniendo en consideración la ausencia de un sistema formal de organización entre las vendedoras y llevando hasta las últimas consecuencias la afirmación de que en la isla cada una tira para su lado. Finalmente, llegamos a un organizarse feriante en constante movimiento, caracterizado por una colectivización de la palabra y las decisiones que toma la forma de una red de independencias parciales. Un espacio cuya dinámica posibilita la emergencia permanente de desacuerdos. Entre las prácticas que analizamos, pudimos ver que el *pasarse la voz* implicaba los mismos movimientos de conexiones entre materiales distintos (información, opiniones, chismes y afectos) que aquellos involucrados en el armado de un puesto o en los vínculos entre éstos y sus clientes.

Lo que haremos en este Capítulo es ahondar en una última característica de la Feria-ensamblaje: el equívoco. Una noción que presentamos cuando describimos una politicidad feriante sostenida gracias a la circulación de los malentendidos. Trataremos de mostrar que cuando la Feria es descrita como un ensamblaje, esto es, cuando la descripción abarca todos los elementos que la constituyen de forma simétrica, el modo de asociación por excelencia es el de la “equivocación”.

## La equivocación como el modo de la Feria

Las vendedoras nos han presentado un tipo de diálogo caracterizado por los *malentendidos*. Con este término definimos un ‘estilo’ de comunicación en el que las razones que movilizan los entendimientos y las acciones de los involucrados no son las mismas, aunque ellos en cierta medida supongan que sí. Estamos hablando de aquello que Eduardo Viveiros de Castro (2004) denomina como una “equivocación”, la cual antes que un error o falla en la comunicación es “una falta de comprensión de que los entendimientos no son necesariamente los mismos y que no están relacionados a formas imaginarias de ver el mundo, sino a los mundos reales que están siendo vistos” (p.11). La equivocación conceptualiza el modo en cómo entendimientos divergentes se comunican entre sí, al mismo tiempo que se aparta de las nociones de representación, sentidos e imaginarios. Estas nociones suponen la existencia de una condición subyacente (empírica, económica, social) a las explicaciones que las personas nos dan sobre lo que hacen. Por el contrario, pensar en términos de equívocos supone deshacernos de este tercer término y otorgarle pleno derecho de objetividad a lo que nuestros interlocutores dicen que hacen sus mundos. Una cuestión clave para nosotros, al alentarnos a sostener que la Feria-ensamblaje no es la descripción de una Feria objetiva y de sus diferentes representaciones, sino la descripción de la Feria en tanto el conjunto, nunca completamente cerrado, de todas sus versiones.

Los malentendidos o equivocaciones expresan la existencia de estas múltiples Ferias y las formas en que se comunican y conectan. Por ejemplo, cuando Cacho hablaba del *crecimiento* en las reuniones, en principio parecía referirse al mismo *crecimiento* del que hablaban las chicheras en sus negocios, pero como luego descubrieron no era así en absoluto. El crecimiento de Cacho se traduce en prácticas y cambios materiales precisos: las marcas en los puestos, la reactivación de la luz, las placas de conmemoración; el crecimiento de las chicheras se traduce en puestos móviles, estrategias de seducción, vínculos vecinales ambiguos. Lejos de suponer dos representaciones diferentes, son dos procesos de crecimiento diferentes. De un lado se produce una Feria y del otro también. La verdadera distinción, aquella que las propias vendedoras establecieron, es que la Feria de Cacho se tornó peligrosa al pretender

subordinar la Feria de las chicheras, por lo que eventualmente él fue devuelto a su puesto. La descripción de estos equívocos posibilita comprender por qué la Feria de Los Patos es un ensamblaje de otras ferias: la de Cacho, la de los peruanos, la de la potencial saladita, la del mercado, la de los fieles, la de los sujetos políticos.

### Más allá de las vendedoras

La Feria de los Patos es constituida y transitada cada domingo por una diversidad de colectivos que desbordan a los peruanos y lo peruano, cuestión señalada a lo largo de este libro. La dirección a la que apuntan los datos de campo nos llevan a cuestionar su carácter “étnico” (Harris, 1987; Steinhauf, 1991; Steinhauf y Huber, 1996; Huber, 1997; Imilan, 2014; Garcés, 2007, 2011; Steffoni, 2008; Hirai, 2009, 2014) o de “clase” (Coraggio, 1996; Serra, 2014, 2015) como un factor explicativo determinante de su organización. Por el contrario, tal dirección encarnada en las acciones y en las palabras de las propias vendedoras, apunta a un modo de asociación cimentado en un cálculo del beneficio común (Latour y Lépinay, 2009; Lordon, 2015; Gago, 2014; Stengers, 2015) que cualquier actividad, comercial o no comercial, es capaz de aportar potencialmente a la Feria. Como se ha visto durante el análisis de los vínculos entre vendedoras y clientes, este cálculo no puede ser económico sin al mismo tiempo movilizar afectos de distinto tipo, produciendo relaciones que combinan cercanía con obligaciones: los caseritos y la lealtad por ejemplo.

Lo que exploraremos en este capítulo son las relaciones y equívocos que mantienen los puestos de venta con los diferentes colectivos y actividades que se incorporan a la Isla sin propósitos comerciales. Ya que en la Feria el arte de los efectos es una cuestión de suma importancia para el éxito, nos enfocaremos en las cualidades productivas e improductivas de estas relaciones. En la medida que avancemos podremos ver que no todas las equivocaciones son las mismas, algunas son mejor llevadas que otras y por tanto más prósperas. Nos centraremos en algunas descripciones etnográficas que brindarán un panorama general de estos colectivos y sus actividades, incluyendo aquellos con fines académicos, políticos y religiosos. Hacia el final del capítulo nos extenderemos sobre un episodio que nos involucra directamente, la realización de un proyecto de intervención entre estudiantes del Departamento

de Antropología (UNC) y la Escuela de Trabajo Social (UNC) que se reveló como otra variante productiva de la equivocación.

## Las ONG y las dos Ferias

La Feria es parte del territorio de intervención de CECOPAL, una Organización No Gubernamental (ONG) situada en la Ciudad de Córdoba desde la década de los ochenta y que trabaja en la Isla de los Patos desde hace algunos años, considerando su labor como un proyecto importante de la institución en la zona. Para CECOPAL, la Feria es donde habitualmente se reúne la “comunidad peruana” de Córdoba para compartir las “tradiciones” y “costumbres” de su país de origen. Sus actividades se enfocan en la comunicación y asesoramiento legal de los derechos migrantes, con el fin de promover y acompañar la consolidación de formas organizativas populares<sup>33</sup>. La presencia de la ONG en la Feria se materializan en las consultorías ambulantes con fines de asesoramiento, llevadas a cabo una o dos veces al mes aproximadamente<sup>34</sup>; las radios abiertas, realizadas el día de la madre peruana, el día del migrante y como cierre de su programa de actividades a finales de diciembre; y con las estudiantes de la Escuela de Trabajo Social que se incorporan a CECOPAL como marco institucional de sus prácticas pre-profesionales.

Por su parte, las vendedoras reconocen la presencia de la ONG refiriéndose a ésta como las *chicas de CECOPAL*, pues la mayoría de trabajadores y estudiantes de la institución que visitan la Isla son mujeres de entre veinte y treinta años. Las vendedoras tienen una muy buena apreciación de ellas y consideran que quieren *ayudar a la Feria*. Si bien la categoría chicas de CECOPAL engloba a las trabajadoras de la institución y a las estudiantes de la universidad<sup>35</sup>, son las últimas las que se involucran cotidianamente con las vendedoras debido a que por los requerimientos de sus prácticas pasan más tiempo en el predio. Son las estudiantes quienes en sus recorridos escuchan los problemas familiares o de salud y

<sup>33</sup> Para mayor información dirigirse a: [cecopal.org/](http://cecopal.org/)

<sup>34</sup> Sobre todo en relación a la obtención y actualización de documentación migratoria.

<sup>35</sup> Esta clasificación entre “estudiantes” y “trabajadoras” es tomada de la monografía final de Melisa Tallarico y Viviana Fariás (2014) donde es utilizada para describir y diferenciar sus roles en CECOPAL.

hacen pequeños asesoramientos por consultas de documentación y trámites legales, son sus nombres los que las vendedoras llegan a aprender. Sin embargo, que las vendedoras se involucren más cotidianamente con las estudiantes no quiere decir que no lo hagan con las trabajadoras, lo hacen de otra manera. Como veremos, ellas consideran que todas las acciones de las chicas de CECOPAL tienen como fin ayudar a la Feria, sólo que no de la misma forma.

La identificación de la Feria de los Patos por CECOPAL como un espacio de migrantes peruanos aparece en todos los niveles de acción de la institución; en las labores de asesoramiento, que tienen como uno de sus principales objetivos promover derechos migrantes; en los contenidos y fechas elegidas para la realización de las radios abiertas, que buscan interpelar a una memoria nacional y condición social particular; y en las temáticas abordadas por las estudiantes de la Escuela de Trabajo Social, enfocadas en problemáticas que tienen la migración como eje. La peruanidad de la Feria no apunta sólo a una descripción de un tipo específico de sujetos y trayectorias sociales, otorga el marco de sentido a los cursos de acción de la ONG en tanto institución.

¿Qué pasa desde el lado de las vendedoras?, ¿es esto así?, ¿se ven a ellas mismas sólo como mujeres peruanas?, ¿ven a la Feria como un espacio exclusivamente migrante? Las vendedoras, como dijimos, reconocen que las chicas de CECOPAL quieren ayudar a la Feria, diferenciando dos formas distintas de hacerlo: la visitas de las estudiantes y las radios abiertas organizadas por las trabajadoras. Pero, ¿qué significa la noción de ayudar a la Feria en el sentido que las vendedoras le están otorgando? Las estudiantes en sus visitas dominicales recorren los puestos, charlando sobre diferentes temas (aunque mayormente interesadas en cuestiones como la residencia, el trabajo y la documentación) y compartiendo muchas veces alguna comida o bebida. Esto sucede tanto porque ellas compran en los puestos, como porque son convidadas por las vendedoras. Ambas situaciones involucran sentarse en las mesas de los comedores o ubicarse al lado del puesto y compartir un tiempo distendido, de forma no muy distinta a como lo hacen clientes y caseritos. Las estudiantes, en este sentido, aumentan la red de relaciones del puesto con sus visitas.

Por su parte las trabajadoras, por el ritmo de sus apariciones, están más alejadas de la cotidianidad de la Feria, aunque no por eso desconectadas. Una o dos veces al mes un grupo de entre tres

y cinco personas visita la Isla para hacer consultorías ambulantes, colocando una pequeña mesa cerca de los puestos de ropa y levantando un cartel con el logo de la institución. Suelen llegar más tarde y quedarse menos tiempo que las estudiantes pero realizando el mismo recorrido: yendo por todos los puestos charlando con las vendedoras. Las trabajadoras ya tienen algún conocimiento de los problemas en los que pueden brindar asesoramiento, tanto por su propio trabajo en la Feria como por el de las estudiantes, que pueden haberles informado previamente. Podemos decir que las consultorías extienden y formalizan el asesoramiento que las estudiantes ya realizan domingo a domingo en sus recorridos. No representan un hecho fuera de lo ordinario en este sentido, están en continuidad con el tipo de ayuda que las estudiantes ofrecen en sus visitas. Algo diferente sucede con las radios abiertas que las trabajadoras llevan adelante en la Isla, consideradas como *eventos* que suceden unas pocas veces al año y que tienen un gran valor porque producen *movimiento*, algo indispensable para las ventas. Captan la atención del público y llenan la Isla de gente del mismo modo que los *shows* infantiles, los mítines políticos y los conciertos de música. Ayudar a la Feria se desdobra en dos momentos, ambos en vínculo con aquello que compone a los puestos: el crecimiento de las relaciones y el crecimiento de las ventas.

Se puede decir que existen dos objetivos (y objetos) distintos operando al mismo tiempo según los puntos de vista involucrados, sea el de CECOPAL o el de las vendedoras. La Feria es en sí misma su encuentro y articulación. La institución lleva adelante sus acciones considerando y definiendo la Feria como un espacio peruano y migrante. Las vendedoras lo hacen según el cálculo del beneficio que sus diferentes actividades pueden aportar a sus redes de relación y comercio.

## La Feria de los peruanos y el mercado

Luego de una radio abierta, tanto las trabajadoras de CECOPAL como las vendedoras de la Feria se sienten satisfechas, aunque por razones diferentes. Las primeras, porque llevaron adelante una estrategia para fortalecer la consciencia de una identidad percibida como común junto con una serie de problemáticas asociadas (derechos migrantes, laborales, discriminación policial), en un área de la ciudad reconocida por la presencia de personas de origen pe-

ruano<sup>36</sup>. Las segundas, porque ese día hubo un evento que propició un ambiente atractivo, sobre todo para las familias, generando movimiento en la Isla. La pregunta es, ¿cómo estos dos puntos de vista diferentes sobre una misma actividad pueden articularse de forma productiva, sin establecer nunca un acuerdo explícito entre ellos? Por productivo nos referimos a que las radios abiertas se siguen haciendo y que las vendedoras siguen apreciándolas.

En una de nuestras primeras conversaciones en campo, una de las chicheras afirmaba: *nosotros vamos a Los Patos a vender y los argentinos van a la Feria a pasear. Los Patos es un mercado y yo una ambulante*. Más adelante, celebraba que la feria-mercado hubiera crecido tanto en los últimos años gracias a la mayor visita de gente de otros lados, argentinos, bolivianos, estudiantes, etc. Lo que llama la atención de sus palabras, es que en ellas la Feria aparece como dos cosas diferentes al mismo tiempo. Todo depende de quien la esté mirando y qué esté haciendo ahí, *vender o pasear*. La Feria es las dos cosas a la vez. La chichera también nos advierte sobre el carácter productivo de este hecho, Los Patos ha crecido mucho en los últimos años gracias a este equívoco.

En principio, parecería que discutir si la Feria de los Patos es un mercado o es una feria no sería un asunto importante, se trataría de términos distintos que refieren a lo mismo, a la manera de sinónimos. Pero en nuestro trabajo de campo entendimos que no es tan simple. Que las vendedoras se refieran a la Feria como un mercado es algo usual cuando explican cómo y qué es lo que hacen en su trabajo cotidiano. Como ya hemos mencionado, muchas aprendieron a vender trabajando en mercados de Perú, algunos ambulantes. En estos relatos, el mercado aparece como el origen de los saberes y técnicas empleados en su quehacer feriante. Como la afirmación de la chichera sugiere, el mercado es la forma en cómo las vendedoras entienden lo que hacen en la Feria, ocupando un rol privilegiado en los marcos de sentido que orientan sus prácticas, enlazando lo hecho y aprendido en el pasado con lo que hacen actualmente. En cambio, es el público argentino en todas

<sup>36</sup> La experiencia que sirve de referencia a CECOPAL en su trabajo en la Isla de los Patos es la que viene realizando desde los años ochenta en Villa El Libertador, un barrio conocido por la presencia de migrantes de origen boliviano. En este barrio se monta una conocida feria de comidas, ropa y auto-partes todos los fines de semana y también es sede de Radio Sur 90.1 F.M, una emisora comunitaria impulsada por CECOPAL. Para más información: [www.radio-sur901.com.ar/](http://www.radio-sur901.com.ar/)

sus formas (vendedoras, clientes, profesionales, estudiantes y vecinos) quien observa a Los Patos como una feria. Hemos podido comentar que estas asociaciones responden a una experiencia local de venta en la calle que se vincula a las ferias de ropa usada como las del Parque las Heras y la Feria de Alta Córdoba. De hecho, para algunas vendedoras argentinas la Feria de los Patos es antes que nada una *feria de comidas peruanas*. Esa sería su originalidad y ello explica el éxito que ha tenido en el barrio y más allá. Esta definición, claro, no es exclusiva de las vendedoras argentinas, es la que tienen en general los estudiantes de la Universidad.

En muchas conversaciones junto a nuestras compañeras de la Escuela de Trabajo Social nos referimos a la Feria de los Patos como una feria de comidas peruanas, recalcando el gran aporte de las vendedoras al crear un espacio que por medio de comidas y costumbres visibiliza la presencia de la comunidad peruana en la ciudad. Más importante aún, fuimos testigos de cómo estas palabras eran recibidas por las vendedoras, agradeciéndolas muchas veces con un convite. Las vendedoras jamás refutaron nuestras palabras, pero tampoco las afirmaron explícitamente. En realidad, se engancharon a éstas para afianzar su vínculo con nosotros. Algo similar sucede con las radios abiertas. En ellas, son siempre interpeladas como migrantes y elogiadas por el esfuerzo que como mujeres hacen todos los domingos al montar la Feria. Estas palabras son agradecidas por las vendedoras, porque en definitiva potencian su quehacer feriante. Pero si les preguntáramos cómo sucede esto, probablemente dirían: *las radios dan vida a la Feria, entretienen al público y ayudan con las ventas*.

No sólo hay varias definiciones de la Feria transcurriendo paralelamente, sino dialogando entre sí. Cada una refiriéndose a una Feria distinta. Las vendedoras hablan de un mercado y CECOPAL de un espacio de peruanos. Las primeras van a vender y las trabajadoras a tratar temas de interés para la comunidad migrante. Lo que permite su comunicación es que comparten el mismo punto de referencia, sólo que éste es algo distinto para cada una de las partes. La fuerza productiva está en el poder de la Feria para hacer de estos equívocos una potencia virtual de crecimiento.

Esta es posiblemente la razón por la cual las vendedoras no buscan corregir la peruanidad de la Feria, aunque no por eso dejen de describirla como un mercado. Lo que hacen es dejar que cada quien la mire como mejor le parezca, aprovechando al máximo las

posibilidades que se desprenden de estas diferencias. La tarea que las distingue y les otorga un lugar especial en estos diálogos, es que son quienes dinamizan y conectan los diferentes equívocos en juego, gracias a que los piensan e incorporan como otras formas de ayudar a la Feria. También es preciso subrayar que lo contrario puede suceder, las vendedoras pueden suprimir o aclarar una equivocación cuando se torna peligrosa, recordemos el caso de la Feria de Cacho.

## Los políticos: ¿organización u organizarse?

Un domingo se montó una carpa de vacunación en la Isla que sirvió también de sede para una charla sobre violencia de género. A unos pocos metros se habían instalado varios parlantes por donde se pasaba música y de tanto en tanto se llamaba a *la responsabilidad cívica del público de la Isla de ponerse al día con sus vacunas*. Nos acercamos a la carpa durante la tarde, acompañando a una de las chicheras a que se vacune, ahí conversamos con quienes dieron la charla, psicólogos miembros de una *fundación de asistencia a poblaciones en riesgo*. Nos comentaron que estaban decepcionados debido a que los asistentes no se habían interesado en el tema y en su opinión sólo se habían acercado por las vacunas. En la tarde además tocó una banda folclórica de Alberdi. Al final de estas actividades se presentó por el micrófono un hombre llamado Héctor, que tomó responsabilidad por la organización del evento, dando las gracias al Ministerio de Salud de la Provincia por los médicos y las vacunas, a los psicólogos de la fundación por la charla y a los músicos por tocar. Prosiguió con un discurso en el que prometió a los presentes que personalmente se encargaría de *convertir a la Isla de los Patos en una zona cultural de los inmigrantes legalmente protegida*. Ese mismo día, nos encontramos con algunas de nuestras compañeras de la Escuela de Trabajo Social que recién empezaban sus prácticas. Al preguntarles si conocían el Centro de Asistencia y Asesoramiento Integral al Inmigrante, institución en nombre de la que hablaba Héctor y cuyos objetivos se parecían a los de CECOPAL, ellas respondieron que no y aclararon que no se parecían, aunque no dieron más explicaciones. Cuando mencionamos que habíamos podido hablar con Héctor, organizador del evento, y que estaba pensando postularse como Concejal, dijeron

con tono seguro y como refiriéndose a una obviedad: *ah... entonces es pura movida política.*

Este tipo de acciones con objetivos de proselitismo son comunes en épocas de campaña. Por la Isla han pasado, entre otros, gente del Frente para la Victoria, Frente de Izquierda y de los Trabajadores, Movimiento Socialista de los Trabajadores, Unión Cívica Radical y Pro, organizando actividades con música, discursos y panfletos. En todos los casos que observamos, actividades de este tipo fueron desarrollados sin consultar previamente con las vendedoras. Por otro lado, no sólo buscaban interpelar a los visitantes de la Isla sino también a los vecinos de los barrios aledaños. La evaluación de las vendedoras es similar al de otras actividades, son valoradas en tanto sean capaces de ayudar con el movimiento. No obstante, hay una diferencia que expresa el carácter ambiguo de las agrupaciones políticas, se reconoce una voluntad interesada y engañosa: *ellos no vienen ayudar realmente, vienen una vez, prometen, no cumplen y no regresan más.* Esto no evita, sin embargo, que su presencia pase por un cálculo de las posibilidades de engancharse y sacar provecho de lo que hacen.

Volvamos sobre un episodio que mencionamos brevemente en el capítulo anterior, en donde el Frente María Eva, una agrupación del Partido Justicialista de Córdoba, hizo su aparición en la Feria en plena campaña para las elecciones municipales del año 2015. La agrupación realizó una jornada de limpieza, forestación, concientización ambiental y promoción cultural en la Isla de los Patos<sup>37</sup>. Entre las acciones que llevaron adelante, sembraron algunos árboles dentro y alrededor del predio; regalaron plantines en botellas recicladas a las vendedoras; dictaron una charla sobre el reciclaje desde un punto de vista ambiental, económico y social; repartieron formularios del Programa Primer Paso<sup>38</sup> para los jóvenes y organizaron un concierto con bandas de cumbia peruana y rock-folclore cordobés. Durante ese domingo las vendedoras mencionaron en varias oportunidades el *gran movimiento* por el cual estaban teniendo *buenas ventas*. Estaban muy contentas y

<sup>37</sup> A través de su cuenta en la red social Facebook promocionaron la actividad realizada: [web.facebook.com/pg/frentemariaeva/photos/?tab=album&album\\_id=816710328417246](https://web.facebook.com/pg/frentemariaeva/photos/?tab=album&album_id=816710328417246)

<sup>38</sup> El Programa Primer Paso (PPP) es impulsado por el Gobierno de la Provincia de Córdoba y tiene como objetivo la inserción laboral de jóvenes de entre 16 y 24 años a partir de acuerdos con el sector privado. Para más información: [empleo.cba.gov.ar/ppp-aprendiz/](http://empleo.cba.gov.ar/ppp-aprendiz/)

expresaban su deseo de que *shows así, con música, se tienen que hacer más seguidos porque benefician a todos*. Para el Frente María Eva se trataba de una oportunidad para dar a conocer su discurso electoral y candidatos en Alberdi, Villa Páez y Providencia.

Los contenidos de las actividades de proselitismo político varían tanto como las agrupaciones que las llevan adelante. Héctor se acercó a la Feria con un discurso que tenía las problemáticas migrantes como eje de discusión, como CECOPAL y las estudiantes de la Escuela de Trabajo Social. Esta aproximación utiliza la cultura no sólo como un descriptor de la diferencia étnica o nacional (la cultura peruana) sino como una vía estratégica de acceso jurídico a los derechos. Sin embargo, más allá de las diferencias partidarias e ideológicas, todas las agrupaciones realizan una misma operación organizativa: la planificación y el programa. Incluso el Frente María Eva, que tuvo un acercamiento más ameno y directo con las vendedoras y los visitantes que otros grupos, circulando por todos los puestos y pasando más tiempo en la Feria, organizó su evento sin consultar previamente a nadie en la Isla. La jornada fue planificada al interior de la agrupación y desarrollada bajo un programa organizado estratégicamente en función de actividades recreativas como el *show* musical y de concientización, como los discursos sobre la responsabilidad social, política y ambiental. Es presumible que por el tiempo invertido en la planificación de tales eventos se podría haber intentado contactar con las vendedoras para coorganizar alguna de las actividades, pero aquí vale hacerse la pregunta, ¿con quién exactamente hubieran hablado?

Si bien estamos de acuerdo en que estas acciones ponen en evidencia la falta de 'igualdad' de los discursos democratizantes de este tipo de intervenciones, habría que recordar que las vendedoras tampoco pidieron permiso para ocupar la Isla e integrarse a la Feria. Por lo tanto, éste no sería un criterio local para evaluar su incorporación legítima a la isla. Nos gustaría ensayar otra hipótesis desde el punto de vista de las lógicas de organización en juego, de porqué este tipo de eventos no son coorganizados con las vendedoras. Para esto quisiéramos regresar sobre aquel momento en el que Gabriel (abogado, organizador y candidato a Concejal del Frente María Eva) aparece en el tercer encuentro del ciclo de reuniones analizado en el capítulo anterior y pide a las vendedoras que se organicen como una asociación legal para gozar de los beneficios vinculados al Estado. Ya hemos discutido que desde al-

gunos puntos de vista como el de la Municipalidad y el de quienes muchas veces la critican, la propia agrupación de Gabriel de signo político opuesto, la Feria aparece como *desorganizada* al no poseer un sistema de representación formal<sup>39</sup>. Un hecho que hace difícil para las agrupaciones políticas y otras instituciones establecer un diálogo con las vendedoras, porque no saben con quien hablar en principio. No es de extrañar, que lo primero que Gabriel propusiera en su intervención aquella noche, haya sido la creación de una asociación legal. Todo pese a que desde el punto de vista de la organización de la Feria, las actividades de las agrupaciones políticas y de cualquier otro colectivo siempre terminan por conectarse con las vendedoras y sus puestos, sólo que de otro modo: con malentendidos, sin representaciones y de forma parcial.

Lo que quisiéramos proponer, es que la tendencia de diferentes agrupaciones políticas y otras instituciones (Universidad, ONG y la propia Municipalidad incluidas) de pasar por alto la palabra de las vendedoras, no sólo puede explicarse por la voluntad de ignorarlas, aunque en algunos casos sea así; también debe considerarse los efectos de la ausencia de una organización representativa y formal en la Feria. Sin estos mecanismos específicos, para muchas instituciones las condiciones de diálogo no están dadas en primer lugar. De otra forma, cómo comprender los casos en donde la voluntad de diálogo está presente, incluso insistentemente, y lo primero que se exige para llevarlo adelante es la creación de estas condiciones. Es lo que sucede cuando Gabriel pide a las vendedoras que obtengan una figura jurídica o cuando la Municipalidad exige un representante para negociar.

Con esto no queremos sugerir que las relaciones de diálogo de este tipo no sean asimétricas. Pero nos gustaría resaltar que esta asimetría pasa menos por la desigualdad en el dominio de la palabra y las decisiones, que por la existencia de dos modos diferentes de usar la palabra y tomar las decisiones, aunque no excluyentes entre sí, como ya hemos podido analizar. Planificar y programar tienen sentido en un esquema organizativo basado en los mecanismos representativos, los cuales se vinculan con el polo de la 'organización formalizante'. La importancia de explicitar estas diferencias sirve para resaltar cómo las prácticas de la Feria dificultan

---

<sup>39</sup> También hemos refutado esta suposición al demostrar etnográficamente que la Feria posee un modo de organizarse específico. La coherencia y fortaleza de este modo de asociación ha sido descrito en el Capítulo III.

la comunicación en condiciones de igualdad con las instituciones, así como también potencian la resistencia a ciertas estrategias de imposición, como en el caso ya visto de la Municipalidad.

La negación de estas diferencias en los modos de organización es lo que lleva a las agrupaciones políticas a actuar como si la Feria estuviera desorganizada, impulsando iniciativas de formalización para establecer las condiciones de diálogo. Este es el punto donde las buenas intenciones de algunas agrupaciones<sup>40</sup>, como el Frente María Eva, y las acciones de disciplinamiento de la Municipalidad de Córdoba se encuentran. Para ambas, estar organizado es estar formalizado, definiéndose por los sistemas de representación y los mecanismos de decisión consensual.

Como ya hemos dicho, el ‘organizarse feriante’ se caracteriza por la producción de un espacio donde los desacuerdos son más importantes en la colectivización de las decisiones que los consensos, en donde la forma de la red y los vínculos interpersonales que la conforman prescinden de cualquier pretensión de representación unívoca. Es dentro de esta lógica organizativa que el *ayudar a la Feria* obtiene su sentido, como mecanismo que legitima la presencia y las acciones de los colectivos según sean capaces de contribuir al *movimiento* y el *crecimiento* de esta red, que se conforma tanto de relaciones como de ventas. El problema no es que las agrupaciones políticas o la Municipalidad no dialoguen con las vendedoras para integrarse a la Feria con sus actividades, sino que al intentar hacerlo necesiten intervenir en sus modos de organización.

En resumen, sugerimos que existen malentendidos o equívocos entre los modos planificados de organización de ciertos colectivos con el organizarse no-planificado de las vendedoras. Si en el caso de CECOPAL y otras instituciones, en las que podemos incluirlas, éstos resultan por lo general productivos, no es porque no vean a la Feria desorganizada, sino porque se concentran en otras dimensiones para sus proyectos de intervención, como la “comunicación popular” en las radios abiertas. Por el contrario, las agrupaciones políticas y la Municipalidad de Córdoba, aunque también ofrecen

<sup>40</sup> La caracterización de las agrupaciones políticas que hacemos aquí refiere, como no podría ser de otra manera, a las formas que sus intervenciones adoptan en la Feria. Al modo de organizar sus eventos, a las maneras de participar de las reuniones, a las formas en las que conversan con las vendedoras. Seguramente, parte de esta caracterización podría ser generalizada para otros eventos o situaciones, pero no podríamos hacerlo en el marco de los intereses de esta investigación.

actividades de este tipo, tienden a buscar incidir en los modos de organización, con la clara pretensión de producir transformaciones en este aspecto, su formalización. Esta insistencia es explicitada en un texto programático del Frente María Eva publicado en su cuenta de Facebook, donde definen la política como “una ciencia que trata de la organización de las sociedades humanas”. No se trata, no obstante, de cualquier tipo de organización, sino de una programada y planificada, es decir, de la organización como ordenamiento, o como diría Cacho de *gestión*.

## Los hermanos: pregonar la palabra, pregonar las comidas

Cerca de las seis y media de la tarde, cuando hay una gran cantidad de visitantes en la Isla y mucha circulación alrededor de los puestos de comida, un grupo de personas<sup>41</sup> se sube a uno de los canteros elevados del patio, próximo a las parrillas de anticuchos. Acompañados de sus Biblias y algunos pocos instrumentos musicales (una guitarra, un bombo y su infaltable megáfono) empiezan uno a uno en un esquema rotativo a dar sus *testimonios*. Relatos de conversión que describen el pasaje de un pasado pecaminoso a un presente congraciado por medio de la llegada de la palabra de Jesucristo. Se ocupan desde la transformación de un *ex-delincuente* que cumpliendo su condena vio aparecerse una *gran luz* (Dios) en la capilla de la penitenciaría donde se encontraba recluso, que le ordenó *difundir las enseñanzas*; hasta la de un *varón arrogante, con plata y mujeriego* que después de huir por una amenaza de muerte del padre de una menor de edad con la que salía, encuentra en Cristo la salida a sus miedos y desesperaciones. Normalmente se brindan uno o dos testimonios por domingo y duran aproximadamente treinta minutos cada uno, dependiendo de la extensión del relato y sobre todo de la intensidad de quien habla. Las lecturas de la Biblia, el *dar la palabra*, suelen hacerse antes y duran entre diez y quince minutos. Ambos momentos se realizan alzando la voz, llegando muchas veces a los gritos ayudados por la frecuente utilización de un megáfono o parlante. Es

<sup>41</sup> En su mínima expresión puede ser una sola persona, en la máxima, como fuimos testigos un día, más de veinte.

común que quien predica interpele directamente a los visitantes de formas a veces incisivas, acusándoles de *arrogantes e indiferentes*.

Mientras cada hermano va relatando su experiencia de conversión, el resto del grupo se queda atrás gritando colectivamente a un pulso pausado *¡alabado el señor y gloria a nuestro salvador Jesús!* El hermano de turno toma la palabra y con un brazo en alto señalando al cielo, relata en estado exaltado hasta el punto de llorar ocasionalmente, su proceso de transformación. Lo curioso de esta imagen es que al colocarse sobre los canteros, en el sector del patio donde se encuentran la mayoría de las parrillas de anticuchos y salchipapas, los hermanos sumergen sus cuerpos, voces y palabras en el denso humo de las comidas. De esta manera se yuxtaponen la palabra religiosa y los gritos de invitación que las vendedoras hacen al ofertar sus platos a los visitantes.

Como hemos visto en el Capítulo I las tareas pastorales son actividades que se realizan todos los domingos en la Feria. Su relación con la venta de comidas es íntima, como lo expresa el puesto de la congregación evangélica. Éste jamás es descuidado, pues se designa un grupo específico de hermanos para que hagan la prédica, mientras otros se encargan de seguir atendiendo a los clientes; además, cuando este primer grupo no está ocupado en las tareas pastorales se suma a las tareas del puesto. Ahora, ¿qué actividad podría estar más alejada de los propósitos comerciales que aquellas dedicadas a convertir las almas? Con todo, no hay relación más estrecha que la que tienen los hermanos con ambas. Un vínculo que no se reduce a las ventas como una vía para recaudar dinero para su congregación, sino que toma la forma de un modelo de referencia para atraer a los fieles. Se utilizan recursos y prácticas vinculadas formalmente, el pregonar la palabra como se pregonan las comidas.

*Pregonar*, es decir, gritar las cualidades de lo que se trata de vender, es una manera de atraer los clientes al puesto. Es tan importante en las prácticas de venta, que muchas vendedoras dicen que *si alguien sabe pregonar sabe vender*. Hacerlo bien o mal puede ser la razón de que una mesa se llene o que permanezca vacía. De forma similar, los hermanos también buscan conmover los oídos del público, recitando las bondades del Señor para así atraer potenciales conversos. Al igual que el pregonar, predicar depende de las formas en cómo las palabras son dirigidas a los otros, con el fin de seducirlos y finalmente atraerlos. No es de extra-

ñar, entonces, que el hermano encargado de presentar y guiar las tareas pastorales, sea también el que suele pregonar las comidas del puesto el resto del tiempo. Una superposición que no es una simple casualidad, sino la expresión de una práctica que refiere a dos marcos de sentido diferentes simultáneamente, aprovechándolos al máximo. Al hacerlo, no obstante, no se somete el sentido de uno al del otro; por el contrario, se juega permanentemente con su mutuo equívoco.

Pregonar no es la única vía por la que las tareas pastorales y las ventas se conectan. También está el sutil trabajo de ubicarse cerca de las parrillas a la hora pico de la Feria. Envueltos en densos humos y en medio de largas filas y aglomeraciones de clientes y comensales, los hermanos hablan sobre sus experiencias de conversión. Normalmente nadie parece prestarles demasiada atención, la mayoría de visitantes sólo se preocupan en comer y sin embargo, sus palabras son escuchadas en toda la Isla. Más de una vez, alguna vendedora irritada por el volumen y la cadencia de las permanentes interpelaciones del discurso pastoral, se ha quejado de ellos: *son demasiado habladores, insistentes y siempre dicen lo mismo*. Aceptando no obstante que al final de cuentas *hacen bulla y entretienen a la gente y peor sería que no estuvieran*. Los hermanos ocupan el espacio sonoro de la Isla e inducen al público a una escucha que no por ser involuntaria deja de ser efectiva, pues su propósito es pregonar la palabra, llenando los momentos de más intensidad en la Feria. Como el resto de vendedoras, buscan el mejor lugar y se lanzan a un público indiferente con las palabras correctas, aquellas que harán que alguno se conmueva y con suerte se convierta. O al menos compre un pollo broster.

Los hermanos podrían pensarse como un ejemplo de equívoco productivo en la Feria, manejando exitosamente sus límites. Establecen diálogos entre los deberes religiosos y las prácticas del puesto en los que no se busca ningún acuerdo, sólo la resonancia de aparentes puntos en común. Aquí radica la máxima distancia de los intereses en juego. Se quiera o no, conseguir fieles no es lo mismo que conseguir clientes. No obstante, los hermanos pareciesen querer aprovechar las posibilidades de su confusión. En otras palabras, no sugerimos que los hermanos crean que vender y predicar sean lo mismo; lo que deseamos enfatizar es que tampoco hacen nada para separar ambas cosas. No se proponen convencer a los clientes de que ellos no están vendiendo sino convirtiendo.

No les interesa pedirles a sus fieles que dejen de comer para escucharlos. Ni siquiera tienen problemas en vender como predicar y en predicar como venden. A pesar de ello, ambos propósitos tampoco se confunden. Dar la palabra como se pregona una comida, ubicarse cerca de las parrillas en la hora donde todos comen y constituirse como una congregación evangélica que maneja un puesto de comidas son maneras de conectar parcialmente tareas e intereses distintos en un mismo lugar, la Feria. Es aprovechar al máximo la capacidad de ser y hacer varias cosas a la vez. En otras palabras, la equivocación que habitan los hermanos es la de predicar y vender, haciendo de estas prácticas cosas iguales y diferentes al mismo tiempo.

Con este argumento estamos tratando de evitar la idea de que el comercio y los fines religiosos son propósitos que se ‘mezclan’. Como sostiene Silvia Rivera Cusicanqui (2010) con su noción de *ch'ixi*, no se trata de la fusión de diferentes prácticas que se resuelven armónicamente en un “híbrido”, sino de la existencia en paralelo de múltiples prácticas que no se funden, por el contrario se antagonizan o se complementan en algo que es y no es al mismo tiempo. En este sentido, la relación entre las comidas y la predica, el pregonar y el dar la palabra, el vender y el convertir, se da bajo la lógica de estos procesos de ‘diferenciación’ donde los elementos en juego no se funden y se homogeneizan, sino que multiplican sus diferencias. Lo que sucede al interior del puesto de los hermanos no es distinto de lo que hemos visto que sucede entre las vendedoras y otros colectivos; se trata de entendimientos y prácticas que se articulan entre sí sin perder aquello que las diferencia (el mercado y la feria, por ejemplo) pudiendo complementar, antagonizar o malentenderse, a veces llegando a resultados exitosos (las radios abiertas) y a veces peligrosos (la Municipalidad).

## Intervenir: los estudiantes

En el transcurso de los meses de agosto y diciembre de 2015 un grupo de estudiantes de la Escuela de Trabajo Social que se encontraban realizando prácticas pre-profesionales, y del Departamento de Antropología que hacían trabajo de campo para esta investigación, nos propusimos trabajar en un proyecto de intervención, con el objetivo de fortalecer la comunicación y la organización

de la Feria de los Patos. La propuesta nació tanto de las obligaciones académicas de nuestras compañeras, como del tiempo que pasamos juntos en la Isla, compartiendo conversaciones en las que discutimos distintas imágenes acerca de lo que la Feria era o debía ser para la Universidad, nuestras disciplinas, CECOPAL, la Municipalidad de Córdoba, las agrupaciones políticas, las congregaciones evangélicas y las vendedoras<sup>42</sup>. Fue a partir de estos diálogos y la experiencia de campo que comenzamos a delinear la idea de que la Feria poseía múltiples definiciones, según quién se refiriera. Y que los modos en cómo estas diferentes definiciones se articulaban y comunicaban desempeñaban un papel importante en su organización cotidiana.

Después de un largo proceso de encuentros y desencuentros el proyecto decantó en un ciclo de seis micrófonos abiertos que se realizaron en el transcurso de cinco meses. Esta actividad consistió en la emisión de un programa de locución con música, entrevistas, conversaciones con el público y sorteos, a través de su amplificación por megafonía. Se diferenciaban de las radios abiertas por el uso de menos y más pequeños equipos. La decisión de trabajar con este soporte surgió en las charlas que mantuvimos con las vendedoras, donde expresaron en varias ocasiones que de necesitar algo en la Feria se trataría de una actividad como el de las *radios de CECOPAL*. Como ya comentamos, entre las radios organizadas por la ONG y las vendedoras existía un diálogo equívoco con respecto a los criterios de valorización que definían lo que era la actividad y como contribuía a la Feria. A pesar de que reconocíamos su papel productivo no deseábamos replicarlo. Por otra parte, el ciclo de reuniones, Cacho y la intervención de la Municipalidad de Córdoba fueron una invitación a reconsiderar el tipo de relación que queríamos tener con las vendedoras. De otro modo, también influyó el vínculo de nuestras compañeras con CECOPAL; la obligación institucional de rendir informes periódicos sobre sus prácticas pre-profesionales en la Isla nos llevó a discutir algunos puntos, sobre todo, la decisión de no utilizar un programa de te-

<sup>42</sup> También fue motivado por un deseo de cuestionar algunas de las barreras disciplinares que parecen destinar, según algunos sentidos comunes de la academia, al Trabajo Social a la intervención y la Antropología a la investigación. Nos habíamos propuesto llevar adelante un proyecto en donde esa distinción perdiera sentido al articular simultáneamente la práctica etnográfica y la intervención social.

mas preestablecido en los micrófonos abiertos, como veremos más adelante.

En la medida en que nos adentramos en la experiencia de las vías de organización y comunicación de la Feria nuestras nociones sobre lo que era un proyecto de intervención y cómo llevarlo adelante fueron “afectadas”. Esto en el sentido que definió Jeanne Favret-Saada (2013), no como una identificación con el punto de vista nativo, sino como el efecto singular que produce en el etnógrafo el quedar envuelto en las lógicas locales de las personas con quienes investiga. Una situación que “supone asumir el riesgo de que el proyecto de conocimiento se desvanezca” (p.65). Estas circunstancias nos llevaron a re-inventar nuestras estrategias de acción, no sin antes haber pasado por una serie de dificultades, para intentar incluir las lógicas feriantes en el propio proyecto de intervención.

### Pasarse la voz

Llevábamos seis meses en la Feria al momento de proponernos la realización de los micrófonos abiertos. Aunque habíamos observado y discutido la ausencia de un sistema de organización formal, una de las primeras cosas que buscamos fue un representante o espacio ‘oficial’ desde donde hablar como grupo. Despegarnos en la práctica de estas necesidades lógicas fue un proceso complicado debido a nuestra dificultad de imaginar otras formas de comunicación y organización que no dependiesen de la palabra consensuada. Fue así que sin una mejor estrategia de cómo presentar nuestras intenciones a las vendedoras, decidimos en principio proponer una reunión. La petición era aceptada sin inconvenientes pero jamás se realizaba. Durante algunas semanas, llegada la noche, momento en que generalmente las vendedoras se desocupaban, seguían trabajando y parecían haber olvidado lo acordado. Cuando nos acercábamos para recordarles que debíamos reunirnos, la respuesta usual era *mejor para el próximo domingo*. No tardamos en darnos cuenta de que las reuniones no serían una solución para nosotros por una simple razón: las vendedoras sólo se habían juntado una vez desde que habíamos llegado a la Isla, en las reuniones comentadas en el capítulo anterior. El resto del tiempo, la comunicación circulaba a través de familiares, clientes y sobre todo compañeras de puesto.

Nuestra rutina explicitaba este hecho. Cada domingo transitábamos la Feria a través de largos recorridos en los que visitábamos los puestos compartiendo ventas, convites y charlas. Eran momentos en lo que nos enterábamos de lo acontecido en el día: el ritmo de las ventas, los problemas personales, las peleas entre vendedoras y las actividades de otros grupos en la Isla. Irónicamente, mientras buscábamos sin éxito la vía de comunicar nuestra propuesta, pasábamos todos los domingos charlando con las vendedoras a través de este circuito fragmentado de recorridos. Mientras buscábamos su aprobación para emprender un proyecto de intervención en la Isla éramos cotidianamente intervenidos por ellas y sus modos de comunicación.

Por supuesto, tardamos un tiempo en darnos cuenta de que efectivamente ya estábamos comunicándonos, que no parábamos de hacerlo aunque no de la forma esperada. Nuestros recorridos, sin proponérselos, nos llevaron a integrarnos al modo por el cual las vendedoras se enteraban de las novedades en la Feria: el *pasarse la voz*. Como ya señalamos en el Capítulo III esta práctica implicaba una convivencia permanente con los conflictos, producto de la superposición de información, comentarios personales y chismes. Tanto la buena información como las malas intenciones formaban parte del mismo mecanismo interpersonal, rotativo y parcializado de comunicación por el cual las vendedoras se enteraban e intervenían en lo que sucedía cotidianamente en la Feria.

Con el pasarse la voz nos enterábamos de las novedades del día al mismo tiempo que nos volvíamos potencial objeto de evaluación. Unas cuantas veces, alguna vendedora enojada con nosotros por no haberla visitado en nuestros recorridos o habernos detenido demasiado en un puesto con el que estaba enemistada, difundía *comentarios* sobre nuestras preferencias y lealtades. En un principio, más que comprender analítica o descriptivamente el pasarse la voz fuimos afectados por su movimiento. Cada domingo no sólo nos informábamos, sino que también se nos delegaba la tarea de pasarles la voz a otros, aprovechando nuestros recorridos para pedirnos que comunicáramos diferentes asuntos a otros puestos. Nos volvíamos, sin quererlo, parte del circuito, incluso intensificando su alcance dada la particularidad de nuestros movimientos en el predio. Al comienzo, se trató de una experiencia de carácter incontrolable e involuntario. Sólo con el tiempo y la adquisición de cierta habilidad aprendimos a modular nuestra participación,

pasando por todos los puestos en los recorridos e involucrándonos de forma más íntima en las conversaciones. Eventualmente esta situación nos llevó a considerar el pasarse la voz como una vía de comunicación con las vendedoras para el proyecto de intervención.

Dialogar de esta forma implicó muchas situaciones ajenas a los propósitos ideales de comunicar, sobre todo cuando se piensa en términos de planificación y programas, como era nuestro caso. En los recorridos no había forma de decir lo que pretendíamos sin conversar también de otros temas, lo que acarrea la emergencia continua de dispersiones y malentendidos con respecto a los objetivos de la intervención. En ocasiones, lo que tomábamos como importante perdía relevancia porque a la vendedora no parecía interesarle y otras veces era lo que la vendedora quería contarnos lo que se volvía más importante en el encuentro. También hubo momentos en los que terminamos en el medio de una pelea, haciendo que la conversación se convirtiera en un intento de ponernos a favor de un lado o del otro. Estas situaciones traían no pocas frustraciones con respecto al mínimo control que pretendíamos ejercer sobre la propuesta.

Según nuestras presuposiciones, compartidas por la mayoría de instituciones y grupos que intervienen periódicamente en la Isla, la definición de comunicar descansa en el objetivo de transmitir información de la forma más clara y eficiente posible. Algo que se logra a través de la moderación de las intenciones personales y las vías de comunicación empleadas. Es lo que sucede cuando ONG y agrupaciones políticas apelan a la representatividad y al consenso para crear una palabra unánime, del mismo modo que utilizan comunicados y proyectos para formalizar las decisiones tomadas. Por el contrario, el pasarse la voz opera por medio de un uso libre de las relaciones interpersonales, que posibilitan tanto la circulación de la palabra como la emergencia de malentendidos, debido a la proliferación de comentarios y chismes, todo aquello que justamente engorra las pretensiones de una comunicación transparente. Dicho de otro modo, en la Feria el pasarse la voz opera como una inversión de nuestra idea de lo que es comunicar<sup>43</sup>. La información

<sup>43</sup> Nos referimos a la comunicación tal y como aparece en el campo. A los móviles lógicos y afectivos que hacen que se elijan entre ciertas prácticas y soportes las mejores estrategias de organización y comunicación. Esto no quiere decir que sean las únicas vías de interacción que las ONG, las agrupaciones políticas y los estudiantes de la universidad manifiestan en sus relaciones con la Feria, pero si aquellas que orientan sus horizontes de deseabilidad.

o lo que se quiera decir no se despliega desde un punto hacia otros de forma simultánea y homogénea como un único evento, desde un representante hacia sus representados en una reunión, sino que recorre cada uno de los puntos, los puestos que integran la Feria, para así poder llegar a todos<sup>44</sup>. Con cada parada, la información es alterada por la intervención de otras capas de información nueva, solapando comentarios, opiniones y especulaciones en una comunicación con altos niveles de equivocidad entre sus interlocutores. La constante preocupación de las vendedoras por detectar a los mal pensados, separando la buena información de las malas intenciones, es un reflejo de esta situación.

Hay una resonancia muy fuerte entre la lógica comunicativa del pasarse la voz y la lógica organizativa de las compañeras de puesto. Ella radica en la dependencia de ambas prácticas en las relaciones interpersonales, junto con las ambigüedades entre cercanía y conflicto que suponen, y su desvinculación de los acuerdos y la representatividad como modos de colectivización privilegiados. En un contexto donde las reuniones son asistemáticas y poco frecuentes, donde no hay un mecanismo formal para administrar la entrada y salida de puestos y que además cuenta con la presencia de otros colectivos y actividades, las relaciones interpersonales son un buen modo de circular la palabra y organizar los espacios. En un intento de sacar provecho de estas experiencias de campo, decidimos usar estas prácticas como una referencia para trabajar con el proyecto de intervención. Un uso, sin embargo, que no podía hacerse sin convertirse también en una operación de 'contra-intervención', en el sentido de problematizar e incitar una transformación de nuestras ideas acerca de lo que era intervenir. La consecuencia más importante en esta dirección fue abandonar nuestra necesidad de una organización representativa para imaginar la comunicación en la Feria. Lo que también nos llevaba a discutir aquello que para ciertas instituciones que trabajan en las Isla es un problema: la supuesta falta o necesidad de organización y comunicación entre las vendedoras.

<sup>44</sup> Un todo por otro lado inacabado, siempre redefinido por la constante entrada y salida de puestos en la Isla. De igual forma en cómo sucedía en las reuniones, en donde los acuerdos logrados sincrónicamente por un número discreto de vendedoras eran disueltos en los comentarios difusos y diacrónicos del pasarse la voz. En este sentido, jamás se termina de pasar la voz, recomienza cada vez que alguien se entera de algo y comenta lo que piensa, relanzando el circuito.

## ¿Micrófonos o radios?

A partir de nuestros recorridos nació la propuesta de hacer los micrófonos abiertos. En medio de comidas, parientes y conversaciones se repetía una idea entre las vendedoras: *la mejor manera de ayudar a la Feria es hacer cosas como las radios de CECOPAL*. Esta expresión ya encerraba nuestro primer malentendido con el proyecto. Para las vendedoras siempre se trató de las *radios* mientras que para nosotros, por una serie de razones técnicas y de posicionamiento, siempre se trataron de los *micrófonos*. A través de discusiones hacia el interior del grupo decidimos mantener ambas definiciones, ya que como veníamos aprendiendo, para las vendedoras no era importante establecer un consenso sobre como referirse a la actividad, por lo que para nosotros tampoco debería serlo. Que para ellas fueran las radios y para nosotros los micrófonos era una expresión más de la lógica equívoca de nuestros diálogos. Una vez decidido que esta sería la intervención, relanzamos los recorridos con el objetivo de establecer sus contenidos.

Lo primero que hicimos fue sugerir que los micrófonos podían ser utilizados como una herramienta para comunicar aquellos problemas que nosotros entendíamos de interés común para la Feria; pensábamos, sobre todo, en el reciente episodio con la Municipalidad de Córdoba. Al igual que con las reuniones, la mayoría de las vendedoras nos respondían que era una muy buena idea, pero a la hora de pensar concretamente en algo, no proponían nada o simplemente se desinteresaban. El único pedido que parecía no olvidárseles nunca y que además era una explícita exigencia era que se pasara música, se hablara de los puestos y se hiciera algo para los niños. Es decir, mencionar los nombres, las comidas y los productos de cada puesto; que la música no fuera únicamente peruana, debido a que también había vendedoras y visitantes de origen argentino y boliviano; e incluir actividades en las que pudieran participar las familias<sup>45</sup>. La realización de estas tareas no resultaba muy diferente de la obligación de visitar todos los puestos en los recorridos. Las menciones eran cuidadosamente vigiladas por las vendedoras y el olvido de un puesto, un producto

<sup>45</sup> Las cosas para los niños jamás se definían de manera clara. Se presentaban más bien como un deseo, acompañado de la afirmación y advertencia de que la isla es un espacio familiar y no había que olvidarlo.

o un nombre se podían transformar rápidamente en un reclamo o en una ola de comentarios.

No obstante, había otro problema con estos pedidos, para nosotros se trataban de ‘actividades’ del mismo tipo que sortear canastas familiares e invitar al público a ocupar la palabra, pero no podían ser ‘contenidos’ para discutir en una intervención con vías a fortalecer la Feria. De forma similar a como nos había sucedido al llegar a la Isla, éramos conscientes que temas como la migración, los derechos laborales y la comunicación popular no eran cuestiones ni preocupaciones entre las vendedoras, sino entre las trabajadoras de CECOPAL, los estudiantes de la universidad y los militantes de las agrupaciones políticas. Aun así, seguían operando como puntos de referencia.

Lo que venía instalándose entre nosotros y la Feria era otra equivocación. Porque no se trataba de que las vendedoras no tuvieran contenidos para ofrecer, sino que nosotros no podíamos pensarlos como tales. Esta dificultad descansaba en la división que hacíamos entre actividades y temas, siendo las primeras una excusa para trabajar los segundos, aquellos que realmente importaban. Esta división orientó nuestra propuesta de hablar sobre el episodio con la Municipalidad de Córdoba, que a nuestros ojos era el contenido ideal a trabajar en un micrófono abierto. Seguir por este camino nos conducía hacia un escenario contradictorio. Los micrófonos abiertos, como práctica de intervención, se suponen organizados alrededor de los intereses y las capacidades de acción de las personas con las que se trabaja. Con todo, debido a una concepción específica de la comunicación y la organización que gira alrededor de las nociones de planificación, programas, actividades y contenidos, esta práctica no podía valorar los intereses y las capacidades locales sin juzgarlas. Es decir, considerándolas en tanto coincidan mejor o peor con sus propias condiciones de valoración. En nuestro caso en particular, que las vendedoras de la Feria tendieran a enunciar sus deseos en términos de *movimiento*, *crecimiento* y *ventas*, aunque nada de esto implicara exactamente lo mismo para ellas que para nosotros, suponía juzgarlas de ‘desinteresadas’ sobre los problemas que debían impórtales: el abuso municipal, la situación laboral, la realidad migrante. Más aún, implicaba corregir ese desinterés a través de estrategias comunicacionales, como intercalar actividades y temas para capturar la atención de las vendedoras y propiciar la concientización. Tenía-

mos conocimiento de que estas cuestiones se daban al interior de las radios abiertas de CECOPAL y en las acciones de las agrupaciones políticas; y aunque sabíamos que en general los efectos eran productivos gracias a que *ayudan a la Feria*, la situación seguía inquietándonos. Para nosotros era una preocupación llevar adelante un proyecto que afirmara la capacidad de las vendedoras, al mismo tiempo que tendiera a juzgarlas. Se fue haciendo evidente que las inquietudes alrededor de cómo llevar adelante los micrófonos era expresión de nuestro propio punto de vista de la Feria y éste no tenía por qué coincidir con el de las vendedoras. Que los micrófonos abiertos nos hayan llevado a plantear cuestionamientos sobre lo que era y debía ser una intervención siempre fue, en este sentido, una preocupación nuestra, aunque movilizada por los ‘efectos’ de las preocupaciones de la Feria.

La decisión final fue la de suspender la definición de contenidos con la que veníamos trabajando y aceptar que preocuparnos sobre qué música pasar (para que incluyera a varios públicos diferentes), publicitar cada puesto<sup>46</sup> (atendiendo los reclamos de los no mencionados), recibir la palabra del público (sin importar de que hablaran) y entretener a los niños (de todas las formas posibles) eran los contenidos que se estaban generando junto con las vendedoras. Tal decisión nos llevó a modificar varios aspectos importantes del proyecto de intervención. Por un lado, supuso proponer que aquello que las vendedoras estaban circulando y fortaleciendo a través de los micrófonos abiertos no era la consciencia de su condición migrante, que muy bien podía suceder en otro espacio, sino las relaciones que caracterizan la organización cotidiana de la Feria. Por ejemplo, en los pactos interpersonales que hacíamos con las vendedoras para traer las cosas a sortear y en nuestra responsabilidad de nombrar los puestos y sus productos en el micrófono. Estos pactos, como nuestros recorridos y las relaciones entre vendedoras, eran sometidos a una celosa vigilancia y no estaban exentos de pequeñas conflictos y reclamos. Otro aspecto importante, era la amplificación a través del micrófono de las estrategias de seducción con el fin de conseguir más clientes, en el transcurso del proyecto las vendedoras empezaron a donar platos de comida y bebidas para ser sorteados entre el público.

<sup>46</sup> Cada semana se invitaba a las vendedoras a que fueran ellas quienes publicitaran sus puestos y productos en el micrófono, aunque en ocasiones sucedió de esta manera, la mayoría de las veces lo hacíamos nosotros.

Por otro lado, esta situación nos llevó a considerar que los micrófonos abiertos no sólo estaban comunicando los modos de organización de la Feria, sino que estaban siendo afectados por ellos. Esto sucedió en varios niveles del proyecto; hacia fuera, en su vínculo con la Feria y las vendedoras como acabamos de repasar; hacia adentro, en las discusiones que suscitó con CECOPAL sobre las maneras de llevar adelante la actividad. Pues aunque nuestro vínculo con las vendedoras se volvió más cercano, aumentando su participación en los micrófonos abiertos, fuimos objeto de cuestionamientos por parte de CECOPAL, que percibía una falta de claridad en los objetivos de nuestras intervenciones

Otra de las consecuencias de suspender la separación entre actividades y temas fue renunciar a la necesidad de la planificación y el programa como ejes organizadores. Al tomar los sorteos, la publicidad y la participación de las vendedoras como los contenidos, pasamos a armar cada micrófono el mismo día que se hacía, dependiendo en buena medida de nuestras relaciones, así como de las actividades que se pudieran dar fortuitamente. Esta situación dotó al proyecto de un carácter procesual que fue intensificándose con cada sesión. Después de algunos micrófonos abiertos ya no sólo éramos nosotros junto a las vendedoras quienes proponíamos los contenidos, sino que también se sumaban los visitantes, haciendo aún más flexible su planificación. Así, por ejemplo, varios músicos callejeros se acercaron para ofrecernos tocar para el público. Eventos similares sucedieron con animadores de *shows* infantiles e incluso algunos vecinos de Alberdi que aprovecharon la actividad para comunicar sobre problemáticas vinculadas al barrio. Esta forma de organizar los contenidos, similar al modo en que las vendedoras se organizan cada domingo, a través de pequeños y constantes ajustes sobre el momento, fue cuestionado por CECOPAL. Desde su experiencia con las radios abiertas, consideraban que trabajar sin un programa previamente establecido tendría como consecuencia no saber ni a quién ni de qué se hablaría, que no habría una problemática específica con la cual trabajar la comunicación. Estos desencuentros resuenan con la necesidad lógica de algunas instituciones (y que supera a esta ONG en particular) de pensar en términos de planificación, objetivos y programas. La paradójica y signo de nuestra propia relación equívoca con CECOPAL tuvo otro desdoblamiento, inesperado pero relevante por demás: para las vendedoras fuimos el grupo de estudiantes que más ayudó

a la Feria en estos años, llegando incluso a ofrecernos comprar un equipo electrógeno para que nos incorporamos permanentemente en la Isla como si se tratará de un puesto más.

Los micrófonos abiertos generaron que entre nosotros y las vendedoras en un principio, y entre nosotros y CECOPAL después, se desplegaran múltiples equivocaciones sobre lo que había que hacer y cómo debía hacerse. En el caso de nuestro proyecto, estos malentendidos fueron abordados desde una práctica que procuró nutrirse de ellos, al intentar seguir las propias lógicas de comunicación (el pasarse la voz) y de organización (las compañeras de puesto) que la Feria ofrecía. Esto nos llevó a someter algunas de nuestras ideas a un trabajo de experimentación, teniendo que redefinir, entre otras cosas, lo que era un contenido y una planificación. Así, nos relanzó a la pregunta de qué es organizarse y comunicarse en la Feria. Estas decisiones, lejos de clarificar o eliminar los equívocos, que jamás dejaron de aparecer en otros niveles, nos otorgaron una vía alternativa de lidiar con ellos, aprovechándolos.

En este sentido, no se trata de decir que las prácticas de intervención que se realizan en la Feria aporten menos que otras actividades, cuestión desmentida en primer lugar por las propias vendedoras. Lo que queremos resaltar es el tipo de diálogo y efectos que se dan en este escenario de intervención, que como dijimos, debe mucho a su composición heterogénea. Es por esto que no tendría sentido denunciar o intentar eliminar estos malentendidos como si se trataran de errores a corregir, debido a que son constitutivos de las relaciones entre los diferentes colectivos que componen la Feria de los Patos. Lo que sí se puede intentar hacer es tratarlos de otra manera. Si bien, las radios de CECOPAL y los micrófonos de nuestro proyecto son actividades que ayudan a la Feria desde el punto de vista de las vendedoras, hacerlo con criterios que tienden a juzgar a las acciones de las personas sigue siendo algo necesario de ser problematizado desde nuestro punto de vista. Creemos que habría que empezar a considerar como una variable de la ecuación que las prácticas de intervención no sólo las hacemos para los otros, sino también para nosotros. Si nuestro objetivo es aportar herramientas para que la gente con la que trabajamos pueda transformar sus 'condiciones sociales', se vuelve necesario reflexionar sobre las herramientas que nos pueden ofrecer ellos para transformar las nuestras.

## El equívoco como éxito

La disponibilidad de la Feria a recibir ayuda de cualquiera, así como la ductilidad de los modos en que esto puede suceder, hacen de ella un ensamblaje de relaciones equívocas. Las ONG, las agrupaciones políticas, los hermanos y los estudiantes de la Universidad comparten con las vendedoras un interés común: la Feria. Pero lo que cada uno entiende con respecto a ella y la manera en cómo eso orienta sus acciones cambia en todos los casos. El rol ejemplar de las vendedoras es el de poseer la habilidad de pasar por todos estos puntos de vista y abarcarlos como potenciales formas de *ayudar a la Feria*. Concepto y práctica que se establece gracias a un cálculo y valoración de todo aquello que sea capaz de contribuir al movimiento y el crecimiento en la Isla (Latour y Lépinay, 2009; Gago, 2014; Lordon, 2015). En otras palabras, la importancia fundamental de la existencia de estas actividades para las vendedoras radica en que los puestos se alimentan de ellas. Sería muy difícil que una agrupación política se pusiera de acuerdo con los hermanos sobre qué es y qué se hace en la Isla, pero gracias a las vendedoras coincidirían en que quieren ayudar a que la Feria siga creciendo, aunque para unos sea trayendo *shows* musicales y discursos partidarios y para otros salvando almas. En este sentido, el proyecto de los micrófonos abiertos es una variación más de este modo de relación.

Pensar el equívoco como una forma de comunicación parece oponerse a la existencia de un cálculo del beneficio común, ¿cómo podría haber algo común si lo que señala este concepto es que no hay nada en común precisamente? Tendríamos que replicar que esta idea apunta a pensar lo común como el lugar donde reside la mayor cantidad de diferencias. La Feria es lo que les importa a todos los colectivos que hemos repasado en este capítulo, pero también es donde emerge el *mercado*, la *comunidad peruana*, las *almas a salvar* y la *sociedad a concientizar*. Sigue siendo lo común a todos, pues no podríamos entender ninguna presencia en la Isla sino fuera por su interés por la Feria. El cálculo de un beneficio común se desenvuelve de la misma forma, es posible porque a todos los colectivos les interesa que la Feria siga existiendo: las ONG necesitan de un espacio de reunión de la colectividad peruana, los partidos políticos de una plaza con un público representativo al cual dirigirse, los hermanos de almas dispuestas a compartir una

comida y la salvación, los estudiantes de un sujeto definible al cual intervenir o investigar. La causa común es aquello que pone en pie de igualdad a los interesados y no a la igualdad en sí misma (Stengers, 2015).

Las vendedoras cumplen un rol fundamental en el sostenimiento de este espacio. Primero, porque son reconocidas como aquellas que lo organizan. Son siempre de una u otra manera interpeladas por el resto, siendo el punto de convergencia de intenciones, discursos y acciones. Segundo, porque son ellas las primeras en comprender el carácter múltiple de la Feria, aprovechándolo para alimentar sus propias prácticas. Tercero, porque su definición de la Feria hace pasar todas las otras definiciones por ahí, a través de un movimiento que relaciona intereses divergentes bajo la noción de ayudar a la Feria. Si bien, es cierto que todos los colectivos que se integran a este espacio tienen alguna pretensión de contribuir en su sostenimiento, hay que insistir en que existe toda la diferencia del mundo en el cómo. No es lo mismo la concepción de *beneficios* del Estado que la idea de *crecimiento* de las vendedoras, no todo los proyectos de Feria son compatibles entre sí.

Para comprender esto debemos regresar a los dos polos de la organización analizados. Por un lado, un ‘organizarse feriante’ que realiza una administración dispersa del espacio, en el cual las vendedoras y sus puestos son acompañados sin nunca estar del todo de acuerdo por los hermanos, las ONG, los partidos políticos, los estudiantes, etc. y que por diferentes razones tienen en común un interés en el proseguimiento de la Feria. Por otro lado, una ‘organización formalizante’ que no se dirige a la Feria, sino a los modos en que ésta se organiza, buscando subordinar y reducir el espacio de múltiples definiciones a uno sólo, administrado por un modelo representativo de la palabra y una serie de prácticas disciplinarias (Comité Invisible, 2014). Es interesante mencionar, recordando el Capítulo III, que el argumento principal en contra de Cacho fue que no estaba ayudando a la Feria aunque él sostuviera lo contrario, sino que estaba hablando en su nombre para llevar a cabo negocios personales.

Esperamos que a través de este Capítulo se haya podido plasmar algo de la particularidad del modo en que en la Feria se articulan los diferentes colectivos y actividades que la constituyen. Deseamos problematizar la convicción de que sólo se trata de un espacio de comercio informal, mostrando que en cambio se

nutre de un rango amplio de relaciones que superan las económicas, aunque sin excluirlas en ningún momento. Sin pretensiones de afirmar que los malentendidos o equivocaciones son la única manera de comprender estas relaciones, hemos querido señalar su potencial descriptivo y por tanto explicativo al coincidir con las vendedoras en que la mejor forma de comprender a la Feria es ubicando y tratando la diferencia de cada eslabón de la red de relaciones que la constituyen. Es en esta red donde las vendedoras ocupan un lugar particular que hemos intentado plasmar a lo largo del libro; aunque siempre sin reconocerse ni como las únicas ni las más importantes.

Las lógicas del organizarse se revelan especialmente, o al menos a nosotros, cuando están en peligro. El polo de la organización con sus pretensiones de totalización (la Municipalidad, cierta dimensión virtual de la Feria, pero también ciertas corrientes de la academia) actúa directamente sobre Los Patos intentado imponerle una imagen de lo que es o debería ser, anulando la propia dinámica de la multiplicidad de ferias de la Feria. Este accionar detendría su movimiento en una definición unívoca y la transformaría en un espacio con límites: apuestan a una Feria organizada y en consecuencia a un ‘contra-ensamblaje’. Tal vez no entienden, o tal vez entienden demasiado bien, que la Feria-ensamblaje es ‘contra-organización’.



Familiares de Elena descargando su comedor para ser montado en el patio (Foto: Agustina Viazzi)



Puesto de condimentos atendiendo (Foto: Agustina Viazzi)



Doña Isabelina despachando una botella de chicha de jora (Foto: Agustina Viazzi)



Menú del comedor de Elena (Foto: Agustina Viazzi)



Castillo inflable con niños (Foto: Agustina Viazzi)



Autoridades de la ciudad, Vicecónsul General del Perú y Primer Mayordomo de la Hermandad de Cargadores del Señor de los Milagros en la Isla de los Patos en el acto de reconocimiento a la comunidad peruana por su aporte social y cultural (Foto: página de la Municipalidad)



Hermanos predicando (Foto: Agustina Viazzi)



Puesto de ropa usada ubicado en el área donde se estacionan los vehículos en el predio (Foto: Agustina Viazzi)



Alex y su familia en la Feria (Foto: Agustina Viazzi)



Gabriel dando discurso electoral en la visita del Frente María Eva a la Feria (Foto: Página de la agrupación)



El Sueco y su puesto de salchipapas (Foto: Agustina Viazzi)



Fila de clientes y caseritos esperando a ser atendidos (Foto: Agustina Viazzi)



La humeante parrilla de anticuchos de Sol (Foto: Agustina Viazzi)



Show infantil por el día del niño organizado por algunas vendedoras de la Feria en conjunto con CECOPAL (Foto: Agustina Viazzi)



## Consideraciones finales

Este libro tuvo como objetivo el abordaje etnográfico de las relaciones que componen la Feria de los Patos, una feria al aire libre de comidas y otros productos, ubicada en la ciudad de Córdoba, Argentina. A pesar de su evidente condición peruana y migrante, en base a nuestras primeras exploraciones de campo sugerimos que las relaciones que permitían la organización de la Feria no reposaban, en principio, en identificaciones del tipo de las mencionadas y debía atenderse a la presencia y prácticas de todos los colectivos implicados en su constitución. Fue así que optamos por un tipo de perspectiva simétrica que permitió atender simultáneamente a otras formas de organización y colectivización, llegando finalmente a proponer una teoría etnográfica del organizarse feriante.

La experiencia de esta investigación que incluye, pero también excede este texto, supuso a su vez una relación de equívoco con la Feria de los Patos. Pues si bien jamás dejamos de explicitar nuestros propósitos académicos, que eran escuchados y atendidos sin problemas por las vendedoras, nuestra puerta de entrada fue el ayudar a la Feria. Esto puede sonar trivial pero no lo es. Como hemos visto, significa específicamente potenciar el movimiento y su capacidad de enganchar, en palabras de las vendedoras, *hacer que la Feria crezca*.

Quizás donde mejor se expresó esta relación fue cuando llevamos adelante los micrófonos abiertos. En ese momento lo que pensábamos acerca de cómo ayudar pasó a ser cuestionado por las propias prácticas de las vendedoras. La decisión no fue otra que aceptar que la mejor manera de llevar adelante nuestro proyecto sería abrazando todos los malentendidos involucrados, esforzándonos por articularlos de forma exitosa. Es decir, nunca dejamos de pretender que lo que hacíamos en la Feria no era una investigación o una intervención, pero tampoco pretendimos ignorar que lo que las vendedoras estaban haciendo era hacer crecer la Feria con nosotros y no a pesar de nosotros. Fueron las vendedoras quienes nos enseñaron hacer esto, porque son quienes mejor manejan la capacidad de tejer vínculos productivos entre las diferencias en juego en este espacio. Podríamos preguntarnos ahora por el lugar

que tiene el libro dentro de este modo de relación en el que hemos estado inmersos desde el principio de nuestro trabajo.

Queremos sugerir que se trata de un nuevo equívoco, pues este libro no intenta explicar a la Feria, sino engancharse a las ideas que se desprenden de ella. En otras palabras, se propone tomar la presente etnografía como un despliegue más del organizarse feriante, esta vez en la escritura. A nuestro parecer una forma pobre de ‘traducir’, aunque mucho más rica que cualquier intento de explicación, algo de la lógica de la Feria a nuestro mundo. Al inicio de este trabajo, habíamos advertido que nuestro uso de la teoría sería en términos propositivos, en tanto ideas que abren ideas y no como la aplicación de marcos teóricos a datos carentes de sentido. Hablamos de un ‘hacer resonar’ lo que el campo ya hace y dice con lo que la literatura antropológica ofrece para seguir pensándolo, complejizándolo y de alguna forma continuándolo en la escritura etnográfica. Esto es lo que hemos intentado hacer a lo largo del libro, esperamos que con un poco de éxito.

Para nuestros fines, intentamos replicar el movimiento de una equivocación a través de los cuatro capítulos. Empezando en el capítulo I por presentar todo aquello que se nos aparecía como lo evidente de la Feria, su peruanidad, su condición migrante, su realidad popular. Sin negar en absoluto la veracidad de estas relaciones, las fuimos conectando con nuestra propia descripción de la Feria: el dónde, el cómo y el quiénes la conforman. Fue en ese juego que apareció la importancia de otras formas de relacionarse como el deseo de estar en la Feria todos los domingos porque es placentero; el poder de seducción de las comidas y la importancia de las habilidades para producirlas; la posibilidad siempre abierta de que cualquier actividad, no necesariamente comercial, sea de beneficio para las ventas; la importancia de la familia, no sólo como recurso para el sostenimiento de los puestos, sino como agentes de una lógica del *buen trato*, que yuxtapone prácticas de venta con afectos y relaciones de proximidad. En el capítulo II y como parte de una precaución metodológica, nos desprendimos momentáneamente de lo evidente y profundizamos en las lógicas de aquellas relaciones que descubríamos como relevantes para la Feria. En ese momento propusimos otro equívoco, describir y enunciar estas relaciones como “ensamblajes”, un concepto exterior a la Feria pero que mostraba una particular capacidad de conectarse con aquello que nuestra etnografía revelaba, o mejor dicho con aquello que

las vendedoras nos decían que la Feria hace: *enganchar, llamar la atención y acumular*.

En el capítulo III analizamos los modos de organización específicos de la Feria. Vimos que la falta de una palabra centralizada y representativa para administrar las decisiones colectivas parecía hacerla un espacio desorganizado, al menos ante nuestros ojos y el de otras instituciones. No fue hasta la aparición de un nuevo equívoco que pudimos ver que se trataba de todo lo contrario. El encuentro entre las exigencias de formalización por parte de la Municipalidad de Córdoba y una práctica común del malentendido entre las vendedoras, puso de relieve una teoría local del organizarse feriante. Un espacio donde los desacuerdos son más importantes en la colectivización de las decisiones que los consensos, donde la forma de la red y los vínculos interpersonales que la conforman prescinden de cualquier pretensión de representación totalizadora. Es en este sentido que la necesidad de una Feria organizada y unívoca por parte del Gobierno Municipal puede pensarse como un contra-ensamblaje, mientras el organizarse feriante revela su potencia de contra-organización. En el capítulo IV nos detuvimos en una de las consecuencias más importantes de esta forma de organización, su apertura. La Feria es compuesta por diferentes colectivos y actividades con propósitos religiosos, académicos, políticos y sociales, que sin estar nunca del todo de acuerdo acompañan a las vendedoras y sus puestos cada domingo. Vimos que los vínculos entre esta divergencia de intereses y acciones no podía articularse de otra manera que a través de la “equivocación”. Un criterio que no juzga las representaciones que cada colectivo produce sobre la Feria, sino que evalúa sus efectos prácticos inmediatos. Este cambiante juego de puntos de vista y relaciones dibuja los contornos difusos de una Feria en permanente movimiento. En otras palabras, el equívoco apunta a la existencia de la Feria como “multiplicidad”, es decir, en tanto variación continua de sí misma según los puntos de vista que la produzcan (Viveiros de Castro, 2011). Es por esto que el propósito del libro, como esperamos que haya quedado demostrado, nunca fue negar la peruanidad de la Feria. Pretendimos, en todo caso, ubicar esta y otras relaciones en un esquema local, describiendo así el lugar que el propio movimiento de las relaciones de ensamblaje le disponían. Lejos de constituirse en un horizonte interpretativo final o en su condición de existencia en última instancia, la

Feria-peruana convive junto con la Feria-mercado, la Feria-feria, la Feria-comunidad, la Feria-fieles, la Feria-intervención y por qué no la Feria-libro.

Quizás la única evidencia todavía aceptable para nosotros es que esta investigación, así como el proyecto de intervención, no son más que expresión de un conocimiento y una práctica parcial de la Feria. Esto no es lo mismo que afirmar un conocimiento incompleto o que este libro es un recorte de nuestra mirada. Nuestro horizonte epistemológico jamás aspiró a llegar a ninguna totalidad, sea inacabada o acabada; aquí también intentamos seguir fieles a nuestro campo, recuérdese que a la Feria tampoco le interesa aproximarse a ningún intento de totalización. Por el contrario, nos propusimos aceptar que fuimos y somos un elemento más entre otros que enganchó, esperemos que de manera productiva, con este espacio. Creemos también que esa fue y es la mejor manera de contribuir a su permanencia y crecimiento. Decimos esto, porque la autoridad moral que algunas tendencias en el pensamiento académico parecen otorgarle a la investigación como instrumento revelador de la realidad social, nos parece a contrapelo de nuestra propia experiencia; nadie mejor que las propias personas que la llevan adelante cada domingo para saber qué es exactamente lo que la Feria dice y hace. Por el contrario, son más bien estas personas y la Feria las que podrían ayudarnos a nosotros a revelar algo de nuestra propia realidad, quizás la de un mundo demasiado organizado.

# Anexo I

## *Las vendedoras*

El presente anexo tiene un criterio de orden alfabético. Los nombres propios de las vendedoras y sus familias que aparecen a lo largo del libro son en algunos casos, reales y en otros, ficticios. Los primeros son utilizados en aquellas situaciones en que nuestros interlocutores explícitamente manifestaron su acuerdo o cuando se hace referencia a lugares, organizaciones, agrupaciones políticas y funcionarios, cuyas actividades y cargo son de público conocimiento. El resto de nombres fue modificado siguiendo los acuerdos establecidos con quienes quisieron preservar su anonimato.

**Angie:** Chichera de la Feria. Nacida y criada en Trujillo, ciudad al norte de Perú, donde trabajó por más de diez años en un mercado vendiendo pollo y maíz. Posee mucha experiencia en los negocios, así como la habilidad de darse cuenta *por la cara* quién es *choro* y quién *buen cliente*. Llegó a la Argentina hace más de diez años para apoyar a su única hija, quien *seducida* por las oportunidades laborales que le ofreció una tía vino a Córdoba a trabajar de empleada doméstica, dejando sus estudios de enfermería en Perú. Con el tiempo su hija se casó y quedó embarazada por lo que Angie buscó trabajo como empleada para pagar la pensión donde vivían. Hoy reside junto con su hija, yerno y pequeña nieta en un departamento en Alberdi. Angie afirma ser la primera vendedora de la Feria, habiendo empezado a vender hace nueve años, cuando en la Isla sólo se jugaba al vóley los fines de semana. También se considera muy buena cocinera, sabiendo muchos platos, que no puede ofrecer en la Feria porque le faltan parientes para traer las cosas a la Isla.

**Ángela y Marcos:** Encargados de un puesto de picarones. Provenientes de Lima, del distrito de Comas. Marcos llegó a Córdoba hace cinco años y trabaja como soldador para una empresa de contratistas, mientras Ángela llegó hace cuatro y trabajó de empleada doméstica. Actividad a la que renunció recientemente debido a un episodio de maltrato. Hace un año que se incorporaron a la Feria con los picarones y les va muy bien. Ángela de niña jugaba al

vóley con sus amigas y *palomeando* en la calle como le encantaba hacer, se hizo amiga de un señor que vendía ceviche en el mercado de su barrio y como jugando terminó ayudándolo con el negocio y aprendiendo. *Del mercado, ese señor y mi madre aprendí todo lo que hay que saber sobre la venta de comidas.* Ángela y Marcos también venden anticuchos los sábados afuera del edificio donde viven en Alberdi, son muy queridos en la Feria por su buen humor.

**Alfonso:** Ayudante de un puesto de postres y tamales y taxista informal de otras vendedoras. Nacido en el departamento de Ancash, Perú. Es carpintero, oficio que conoce desde los doce años de edad, aprendiéndolo en el colegio: *tuve fábrica de madera en mi tierra, con empleados y todo.* Trabajaba por consignación y se vino a la bancarrota en la década de los noventa. En Córdoba trabaja hace dieciséis años en una fábrica de madera. Cuando recién llegó empezó en la *construcción*, pero no le gustó y dejó al poco tiempo. Su exmujer Carmen atiende junto con su hija Gloria un puesto de postres y tamales en la Feria, mientras él se encarga de traerlas y llevarlas en su auto desde su casa en Alberdi. A pesar de que están separados *son de la familia* y es su responsabilidad apoyarlas. Alfonso no sólo las trae y lleva a ellas, sino también a otras vendedoras, siendo usado como taxi. Pasa muchas tardes charlando con una de las chicheras, quien lo escucha y le da consejos. Él por su parte le hace favores que nunca se piden explícitamente: le presta una banca de plástico para que se siente en el puesto, comparte información sobre contactos para conseguir buenos precios para algunos productos y le cobra poco para llevarla en el auto. Alfonso también fue *pachamanquero* durante cuatro años en una asociación que organiza una gran fiesta patronal en Ancash y siete en una asociación en Córdoba encargada de la Fiesta del Señor de Muruhuay. En una ocasión, le tocó hacer una pachamanca para dos mil personas.

**Ceci y Liz:** Madre e hija encargadas de un puesto de chicha y un pequeño kiosco. Son de Huancayo, una ciudad de la sierra central peruana. Ceci atendió durante quince años un puesto en un mercado en su ciudad natal, del que recuerda cómo la gente además de comprar le contaba sus problemas. Hace cuatro años que viven en Córdoba y casi tres que trabajan en la Feria. Para Ceci lo que principalmente ha cambiado en la Isla en estos años es que *ahora hay muchos vendedores, más que la gente que compra.*

Durante la semana trabaja de empleada doméstica. Los sábados son el día que aprovecha para descansar un poco y preparar la cebada y la chicha que vende en la Feria. Los domingos desayuna con su hija Liz y su sobrino Luchito y después se va sin falta a la Isla: *no importa el día, si llueve o no, si esta feo o bonito, a la Feria voy a vender sí o sí*. Con lo que gana del puesto paga la pensión y compra comida para el día, mientras que su sueldo como empleada lo ahorra. Ceci también tiene un kiosco en la pieza de la pensión donde reside, ofreciendo golosinas y cervezas. Comenzó diciéndoles uno a uno a sus vecinos: *¿qué quieres?, ¿qué necesitas? Yo te lo traigo sin que tengas que salir* y así fue armando su clientela. Ceci y Liz llevan y traen las cosas del puesto con la ayuda de Luchito, algunas veces van a la Isla en el taxi de Alfonso y casi siempre regresan caminando con las cosas en las manos.

**Cacho y Marta:** Encargados de un puesto de películas. Pareja peruano-argentina. Cacho es de Arequipa, una ciudad al sur de Perú, licenciado en nutrición y tirador deportivo profesional con carabina y rifle. Marta es de San Francisco, de ascendencia piamontesa y *chef* profesional, aunque dice irónicamente: *ahora me dedico a vender películas*. Se conocieron en 2003 trabajando en el mismo restaurante, donde Cacho se encargaba de la repostería y ella de la fiambrería. Él llevaba trabajando cuatro años y medio, mientras ella recién entraba cuando lo conoció. Cacho lleva viviendo veinte años en la Argentina y llegó junto con Marta a la Feria hace dos gracias al papa de Kevin, quien también era su compañero de trabajo en el restaurante: *él nos animó con las películas*. Actualmente su puesto está ubicado al lado del de la familia de Alfonso, con quienes tienen una buena relación. Él los lleva y trae con el auto desde su casa en Alta Córdoba. Para Cacho y Marta fue un cambio radical: *ahora ganamos mucho más y además organizamos nuestros horarios libremente, este es nuestro propio negocio*.

**Dolores:** Encargada de una parrilla de anticuchos. Llegó a Córdoba hace veinte años y hace casi cinco que vende anticuchos en la Feria, plato que también hacía y vendía en Perú. Trabaja de lunes a sábado como empleada doméstica: *mis patrones me conocen muy bien y me tienen mucha confianza, por lo que estoy muy contenta la verdad*. Los sábados también vende pollo broster además de anticuchos en la pensión en la que reside en Alberdi.

Dolores ensambló su parrilla con un balde de pintura, donde coloca el carbón, y una reja metálica que va encima, todo montado en el mismo carrito de supermercado en el que llega y se va junto con su hijo, quien la asiste todos los domingos en el puesto.

**Francisca:** Encargada un puesto de ropa ubicado en la pérgola de la Isla. Nacida en la ciudad de Villazón, Bolivia. Vende ropa nueva que compra parte en Bolivia y parte en Córdoba. Hace dos años que trabaja en la Feria y desde que recuerda: *las que venden comidas están cerca de la entrada y las que vendemos ropa estamos del lado de la pérgola*. Vive en El Tropezón, donde dice que hay muchos bolivianos, peruanos y también argentinos. A Francisca le gustaría mucho que hubiera un baño en el predio, porque *vender todo el día, ser mujer e ir al baño de forma así no más como los hombres es muy difícil*.

**Doña Isabelina, Liliana y Norma:** Familia encargada de tres puestos. Proviene de Tumbes, una ciudad al norte del Perú. El primero de los puestos ofrece chicha de jora y champús, atendido por Doña Isabelina, seguido por un puesto de tamales y otro de papas rellenas, ambos a cargo de sus dos hijas y sus respectivas parejas. Los tres puestos son manejados exclusivamente por las mujeres de la familia, ocupando los hombres que las acompañan el rol de ayudantes: ellos traen y llevan las cosas del puesto, ayudan a instalarlo y entretienen a los parientes que los visitan a la Isla en los momentos en los que no se está vendiendo. Ni siquiera Fredy, encargado de la cocina en el puesto de papas rellenas de Liliana considera que está a cargo. Que los hombres manejen las cocinas o parrillas es algo que sucede en varios otros puestos de la Feria, como en el comedor de Elena y la parrilla de Sol. Sin embargo, quienes preparan estas comidas, dándole su sazón, son las mujeres, por lo cual dependen exclusivamente de ellas. Esto quedó claro un domingo, cuando Fredy dijo no poder atendernos porque no estaba Liliana, que se había ausentado durante unos minutos. Él se había quedado solo en el puesto y no hacía otra cosa que seguir friendo las papas rellenas, sin poder vender ninguna, porque no sabía dónde estaban ni los platos, ni la ensalada, ni las salsas.

**Karla y Mayra:** Madre e hija encargadas de un puesto de papas rellenas y pollos broster. Desde hace tres años forman parte de la Feria, sumándose actualmente entre las cuatro y seis de la tarde,

al lado derecho del comedor de Lucía. Ellas preparan y venden dos de los platos más buscados por los visitantes durante las tardes de domingo, por lo que deben competir con su sazón y el ofrecimiento de mejores precios para ganarse los clientes.

**Kevin:** Atiende un puesto de películas y limpia la Feria todos los domingos junto a sus padres, cuando ésta acaba cerca de las diez de la noche. En ese momento la familia se organiza y sacan de un carrito de supermercado las bolsas, escobas y recogedores. Recorren toda la Isla y juntan la basura en el medio del patio, en donde disponen una gran bolsa de plástico sobre el piso y barren los desperdicios, en su mayor parte platos de telgopor, botellas de gaseosas, papel higiénico y bolsas. La limpieza fue organizada por las vendedoras hace varios años ante las amenazas de la Municipalidad de Córdoba de sacarlas sino se encargaban de dejar la Isla tal como la encontraban cada domingo. La decisión de que Kevin y su familia estuvieran a cargo de esta tarea fue el resultado de un acuerdo que se estableció en unas pocas reuniones entre las vendedoras, donde también se definió que cada puesto pagaría una tarifa diferente según su tamaño y rubro.

**Lucía:** Cariñosamente conocida como la Abuelita por su edad y experiencia, atiende uno de los tres comedores de la Feria junto con su nieta Jacqueline. Aprendió a cocinar con su familia en Ayacucho de niña y a vender de joven en Lima, como ambulante de frutas y verduras. Su puesto es uno de los más antiguos, con aproximadamente cinco años en la Isla. Lucía es la encargada de preparar los platos de comida desde la madrugada del domingo y de atender a los clientes, mientras Jacqueline cobra y da el vuelto. El comedor tiene una sola mesa con algunas sillas de un lado y varias ollas grandes y utensilios de cocina del otro, lugar donde también se sienta ella. Desde ahí, Lucía sin pararse en la mayor parte de la jornada dominical, se encarga de armar y servir los platos, combinando los contenidos de cada olla según el pedido del cliente. Su negocio ofrece un menú que varía cada fin de semana, pero dentro de los cuales siempre se sirve sopa de mote y chanfainita, especialidades de la casa y dos de los platos que más salen.

**Liliana:** Una de las hijas de Isabelina, atiende un puesto de papas rellenas. Trabajó hasta hace poco en un taller de costura en

Alberdi, que dejó porque pagaban muy poco y gracias a que al puesto le estaba yendo muy bien. El negocio lo atiende junto a Fredy, quien fríe las papas rellenas y ayuda con el traslado del puesto, es uno de los más prósperos de la Feria gracias a su alabada sazón. Junto con la parrilla de Sol suelen ser la causa de largas filas de ansiosos comensales los domingos por las tardes en la Isla. Su pareja trabaja en construcción y considera que gana bien pero el trabajo es pesado: *al contrario, la Feria es relajado, acá vengo a divertirme también y hacer plata de paso*. Liliana dice que su familia es muy numerosa y que tiene a más de cuarenta parientes sólo en Córdoba.

**Luchito:** Sobrino de Ceci. Joven de veinte años nacido en Huanavelica, ciudad de la sierra central de Perú. Para Ceci es *como de la familia*. Cuando ellas llegaron a Córdoba fue Luchito y su hermano mayor quienes las ayudaron a instalarse en la ciudad. No tenían dinero, no conocían a nadie y no sabían por dónde empezar: *ellos nos compartieron su comida y nos ayudaron con unos problemas económicos que teníamos en ese momento*. Ceci asegura, *siempre voy a querer a Luchito en agradecimiento por la ayuda que me dieron a mí y a mi hija*. Cuando llega a la Feria por las noches para ayudar a llevar las cosas del puesto a la casa, Ceci le ofrece chicha o cebada y le compra unos tamales, *para atenderlo bien* como suele decir.

**Manzanita:** Encargada de un puesto de postres. Una de las primeras vendedoras de la Feria, siendo una de las *pioneras* junto con Viviana, Angie y los hermanos. Prepara y ofrece las famosas *manzanitas del amor*, cuya elaboración es un secreto celosamente guardado y del que asegura *están hechas con ingredientes que no se encuentran en ningún lado*.

**Mariana y Lucas:** Encargados de una cama elástica y un taller de pintura para niños. Pareja peruana-argentina que se integró a la Feria muy recientemente y cuya llegada fue motivo de una gran pelea con Rosana y Marina. El conflicto duró unos cuantos domingos y contó con la intervención de otras vendedoras lo que generó desaprovecho en la Feria. Finalmente la actitud de Mariana y Lucas de ignorar los reclamos terminaron por aplacar los gritos y aunque no se resolvió la enemistad entre ellos, hoy en día cada puesto trabaja uno al lado del otro.

**Marcela, el Sueco y Julio:** Encargados de un puesto de salchipapas. Familia de origen cordobés, residentes de Villa El Libertador. Se incorporaron a la Feria hace un año, también vivieron durante mucho tiempo en Villa Páez por lo que la conocen *desde siempre* y entre otras cosas solían pasar a tomar chicha de jora al puesto de Isabelina. El Sueco, un hombre de más de sesenta años con anteojos y que suele andar con un sombrero de pescador para protegerse del sol, conoce los Patos desde su inauguración: *era una cosa hermosa, incluso había una fuente, hasta que las lauchas de Villa Páez se comieron a los patos y se robaron las tablas del puente para hacer fuego*. Ellos aprendieron a hacer salchipapas en su barrio *con los bolivianos, en la feria que se hace allá*. Su puesto empezó con dos mesas y una cocina, pero tuvieron que agregar dos cocinas más y otra mesa a los pocos meses, además que recientemente Marcela, pareja de Julio, comenzó a vender ropa nueva al frente del puesto.

**Moisés:** vecino de Villa Páez y amigo de la familia de Rosa. Trabaja en la Isla cuidando los vehículos que se estacionan al frente del puente del lado de Alberdi y ayudando en los puestos a traer y llevar cosas. Suele pasar buena parte de sus tardes paseando por la Isla, recibiendo convites y charlando con las vendedoras. Muchas pagan su ayuda con comidas y bebidas que le ofrecen durante sus recorridos. Es común que cuando una actividad no-comercial se incorpora a la Feria sea Moisés el primero en acercarse, viendo en qué poder colaborar. En varias oportunidades se le ha agradecido públicamente su disposición en diferentes eventos, tomándolo por representante de la Feria de los Patos. Moisés también se convirtió en el secretario personal de Cacho durante sus gestiones, siendo habitual por esas épocas verlo juntos yendo de un lugar a otro por toda la Isla.

**Paula:** Encargada de un puesto de chicha al lado del comedor de Lucía. Ocasionalmente también vende alguna comida. Lucía y Paula no son sólo compañeras de puesto sino vecinas en barrio Alberdi. Entre ellas se prestan el carrito de supermercado para trasladar las cosas del puesto desde sus casas a una cuadra de la Isla, cambio para dar vuelto a los clientes y a veces hasta un caserito. Así, un domingo en que Paula hizo carapulcra (guiso de papa seca con verduras y especias) Lucía nos pidió que le compráramos a ella, porque *la pobre no vende mucho y el plato le sale*

*rico*. El comedor de Lucía y el puesto de bebidas de Paula suelen instalarse en la Feria entre el mediodía y las dos de la tarde, hora del almuerzo y momento predilecto para los caseritos, que llegan a la Feria exclusivamente a comer, charlar con las vendedoras e irse.

**Rosa:** Encargada del comedor que se encuentra a unos metros del puente de acceso a la Isla del lado de Alberdi. Lo atiende junto a su hija Gladys (quien la ayuda en la cocina) y su pareja (encargado de la movilidad de las cosas). Al puesto también lo acompaña un grupo de mujeres de distintas edades que se ubican alrededor. Son las tías, sobrinas y primas de Rolando, que se reúnen todos los domingos para *pasar el día con la familia, porque vivimos en diferentes barrios y sólo podemos estar todos juntos una vez a la semana, aquí en el comedor*. Rosa y su familia llegaron a la Feria hace dos años aproximadamente, cuando algunas de las numerosas hermanas de su pareja, que ya estaban instaladas con un puesto de postres en la Feria y varios de sus amigos la animaron. Lo curioso es que a Rosa no le gustaba la cocinar y llegó a la Argentina sin saber *cómo hervir un huevo*. Tuvo que aprender a raíz de convivir en la casa de la familia de Rolando, *con otras trece mujeres que sabían todas cocinar; por la presión del que dirán*.

**Rosana y Marina:** Encargadas de un taller de pintura para niños. Madre e hija cordobesas que viven en Providencia, a sólo unas cuadras de la Isla. Llegaron a Los Patos hace alrededor de un año por medio de Viviana, quien además del puesto de chicha en la Isla atiende un kiosco en el barrio de ellas, donde se hicieron amigas. Al escuchar los problemas económicos de Rosana, Viviana la invitó a la Feria, insistiéndole con que faltaban cosas para los niños y que el taller de pintura que hacía en Plaza Rivadavia podía funcionar muy bien. Rosana sobre su experiencia en la Feria cuenta que lo que más difícil fue explicarle a la gente cómo funcionaba su puesto. Al comienzo tenían pocos atriles *como para probar* y luego tuvieron que traer más porque no daban abasto. El taller de pintura es una salida laboral extra y también una actividad de esparcimiento. Se trata de un trabajo tranquilo en el que disfrutan mucho estar al aire libre y ver a los niños y niñas pintar. Afirman que en la Feria cada uno respeta el lugar del otro, muy diferente a su experiencia en Plaza Rivadavia, en donde *todo es un puterio* y

*hay que pelear con el de al lado.* Con el dinero que está ganando del taller tienen el proyecto de montar una panadería.

**Silvia:** Encargada de un puesto de salchipapas. En Trujillo, su ciudad natal, había trabajado en un mercado vendiendo pollo y llegó a Córdoba sin saber nada de comidas. Era Sol, su sobrina, la que sabía todo sobre el rubro, ya que había trabajado en el mismo mercado vendiendo anticuchos, salchipapas y salchipollo. Fue ella quien le enseñó todo lo que sabe y la primera mujer que se animó a vender comidas en la Isla, instalando su parrilla de anticuchos hace más de cinco años. Silvia cree que en algún momento las van a sacar de la Isla, aunque eso no parece preocuparle demasiado. Como otras vendedoras, también prepara y vende comidas para los vecinos de la pensión en donde vive en barrio Artesanos.

**Sol:** Sobrina de Silvia y encargada junto con su pareja de una parrilla de anticuchos. Al principio tenía miedo de vender en la Isla porque no sabía si alguien le iba a decirle algo, pero como no sucedió siguió trabajando. Después, como por un efecto de multiplicación, otras parrillas irían llegando a la Isla, hasta la aparición de los primeros comedores. Su negocio es uno de los más exitosos de la Feria, hecho comprobable por las largas filas de clientes que suelen amontonarse frente a su puesto por las tardes y noches del domingo. Conocida en la Isla por su sazón y habilidad para vender.

**Victoria y sus hijas:** Encargadas de una parrilla de anticuchos y un puesto de papas rellenas y tamales. Victoria llegó a la Feria por su suegra Blanca: *ella vendía anticuchos con esta misma parrilla en este mismo lugar y yo la quería muchísimo. Cuando murió sentí que debía hacerme responsable del puesto para seguir en contacto con ella, aunque no me gusta ni cocinar ni vender. Es así, ahora llevo un año con mi familia en la Feria.* Al lado derecho de Paula se instala una mesa con varias conservadoras de plástico que llevan unos carteles en los que se lee: papas rellenas y tamales. Es el puesto que atienden las hijas de Victoria, mientras ella se encarga de la parrilla ubicada a su costado, donde vende anticuchos y pollo. Se trata de un único puesto familiar atendido de forma distributiva y compuesto por la fusión material de la mesa con la parrilla, ésta se acopla a la primera por un sistema de enganches. La parte dedica a las papas rellenas y tamales llega a la Feria un

poco más temprano, entre las tres y cuatro de la tarde, mientras que la parrilla se instala entre las cinco y seis.

**Viviana:** Encargada de un puesto de chicha. Nació en Chiclayo, una ciudad al norte de Perú, pero se encontraba trabajando en Lima como empleada doméstica antes de partir hace diez años a Argentina en busca de mejores oportunidades laborales. Durante varios años trabajó *cama adentro* en diferentes casas de familia, hasta que pudo renunciar gracias al kiosco que montó en Providencia, barrio donde reside actualmente. *Durante esos años iba todos los domingos a la Los Patos a vender, fue con ese dinero que pude armar mi kiosquito.* Todo empezó con el cumpleaños de una amiga con quien compartía la pensión. Viviana había preparado chicha morada para aportar algo a la fiesta y como le salió *muy rica* sus amigos la animaron para que montara un *puestito* en algún lado. Al comienzo se fue a la Canchita Chinchín, un complejo deportivo en Alberdi donde se juega al vóley y al fútbol los días sábados y domingos, pero tuvo problemas con una vendedora ya instalada y desistió. Después decidió probar en la Feria de los Patos, donde hoy es reconocida como una de las primeras chicheras.

**Wendy:** Vendedora de artículos de cocina, alimentos no perecederos y condimentos entre los que ofrece ají amarillo, comino, chicha morada en sobre y salsa de soja. Nacida en Bolivia. En los inviernos trae ropa, frazadas y colchas para vender, cambiando su negocio por completo. Vive en Villa El Libertador y llega con su mercadería en un auto rojo todos los domingos por las tardes, ya que por las mañanas trabaja en la Feria de su barrio.

## Anexo II

### *Las comidas*

El presente anexo responde a un orden alfabético para presentar algunas de las comidas, postres y bebidas comercializadas en la Feria de los Patos.

*Anticuchos:* Los ingredientes y preparación de este plato parten del corazón de res cortado en trozos, posteriormente macerados en un sazón por varias horas, para finalmente ser asados a la parrilla ensartados en palitos de caña. Se sirve acompañado de papas hervidas, ají y mayonesa al gusto del comensal. Para sazonar la carne, se emplea generalmente comino, ajo picado, pimienta, jugo de limón, pasta de ají panca, soja, ajinomoto y orégano. Esta variedad de ingredientes mezclados produce un olor intenso y característico en los humos de las parrillas que hace fácilmente reconocible su presencia en las calles, mercados y ferias.

*Arroz chaufa:* Plato representativo del chifa (comida peruano-china) consistente en un salteado de arroz con verduras, tortilla de huevo, trozos de carne y salsa de soja. En Perú se lo suele preparar en el lugar y momento del consumo, mientras que en la Feria se lo trae ya hecho desde la casa de la vendedora. Es guardado en grandes ollas de metal desde donde es despachado directamente al cliente o recalentado para la venta si se dispone de una cocina.

*Arroz con pollo:* Plato tradicional de la comida criolla peruana en base a arroz cocido, pollo y verduras (cebolla, maíz, arveja, morrón, zanahoria en cuadraditos y ají). Es sazonado con cilantro, especia que le otorga un característico color verde. En la Feria al igual que en muchos lugares de Perú se lo suele servir acompañado con una porción de *papa a la huancaína*, una entrada fría hecha a base de papa, queso y ají amarillo.

*Arroz con leche:* Postre típico de varios países de Latinoamérica hecho en base a arroz cocido en leche y azúcar. En la variante peruana que se prepara en la Feria se le agrega canela y clavo de olor, tomando un sabor y aroma especial.

*Algodón de azúcar:* Golosina formada por hilos de azúcar derretido enredados alrededor de un palo o cono. Se los sirve desde un carrito donde también se encuentra la máquina que los produce. En la Feria hubo un período de varios meses donde se podía encontrar uno de estos carritos frente al puente del lado de Alberdi.

*Budín:* Postre elaborado a base de pan desmenuzado en leche, con azúcar y frutas secas.

*Caldo de mote o Patasca:* Uno de los platos más consumidos de la Feria y cuya especialidad está a cargo de Lucía y su comedor. Se trata de una sopa espesa y muy sustanciosa que se consume habitualmente en los andes centrales de Perú. Está hecha en base a granos de maíz blanco descascarillado que han sido pasados por agua, acompañado con trozos de mondongo, decorado con perejil cortado y servido con salsa picante al gusto.

*Combinado:* Comida muy popular en puestos ambulantes de todo Perú. Hecho a base de fideos, broza picada en cuadraditos y granos de mote. En la Feria se lo trae ya preparado y se lo sirve con ceviche y cancha serrana.

*Causa:* Entrada elaborada con papa, limón, ají, lechuga y huevo cocido. Esta preparación admite diversas variantes, como causa rellena de atún, pollo, mariscos u otras variedades de carnes blancas. Se la sirve con un ligero baño de mayonesa. En la Feria sólo se vende la causa rellena de pollo.

*Ceviche:* Trozos de pescado, cebolla, jugo de limón, ají y sal. Para prepararlo se mezcla el pescado junto con los demás ingredientes, dejándolo marinar de acuerdo al gusto. En algunos lugares de Perú se lo suele preparar y servir al instante, de modo que no llegue a recocerse el pescado con el limón. En la Feria el ceviche es traído preparado en un bol de plástico, de tal forma que lo único que hace la vendedora es armar el plato frente al cliente: colocando la lechuga, la batata y la cancha serrana antes de servirlo.

*Champús:* Postre típico de Perú. En su preparación se usa manzana, ananá, guanábana, membrillo y mote (maíz cocido y pelado). Es vendida en las calles por la *champusera*, una figura típica del paisaje urbano limeño. Al igual que la chicha de jora, la única que

vende champús es doña Isabelina y su receta al igual que la de su chicha es un secreto celosamente guardado.

*Chicha morada*: Refresco tradicional de todo Perú hecho a partir de hervir maíz morado en agua junto con cáscaras de ananá y trozos de membrillo, adicionándole una pizca de canela y clavo de olor. Una vez hervida, la preparación se cuele y deja enfriar para agregarle azúcar, fruta picada y limón. Existe una versión industrial en polvo, comercializada en sobres a los que sólo hay que agregarle agua. En la Feria se venden ambas.

*Chicha de Jora*: Bebida fermentada muy consumida en diferentes lugares de Perú. Si bien técnicamente es una cerveza artesanal de maíz, debido que para su preparación se requiere maltrear el grano para posteriormente ser fermentado, el grado alcohólico varía de acuerdo a la región y la chichera. En la Feria la única que vende esta bebida es doña Isabelina, al preguntarle sobre su preparación nos contestó: *tuve que ser muy creativa porque aquí no hay todos los ingredientes necesarios, no sé cómo hice, pero lo hice*. Cuando quisimos indagar más, afirmó rotundamente: *ese es un secreto y me lo guardo*.

*Cebada*: Infusión de color amarillento en base a granos de cebada y lino que se puede tomar fresca o caliente. Es muy popular en la Feria y se le atribuyen propiedades medicinales.

*Leche asada*: Postre en base a leche, huevos, vainilla y azúcar cocinado por horno. Es uno de los más comunes en la Feria y se lo vende en pequeños vasos de plástico forrados de papel aluminio.

*Marcianos*: Dulce frío hecho a base de jugos congelados de frutas naturales: frutilla, coco, maracuyá, chicha morada, etc. Se utilizan bolsas plásticas transparentes de forma alargada donde se coloca el jugo ya preparado para congelar. En Perú también se los conoce como *chups*, nombre que hace referencia a la particular forma de consumirlos succionando el jugo congelado desde una de las puntas de la bolsita.

*Mazamorra morada*: Postre elaborado a base de maíz morado concentrado con fécula. Se lo prepara con los mismos ingredientes que la chicha morada. En la Feria se lo ofrece junto a otros postres típicos como el arroz con leche, el arroz zambito y el champús. En

los puestos es usual encontrar mazamorra morada acompañada de arroz con leche servidos en partes iguales en un mismo recipiente, esta presentación es conocida como *combinado* o *el clásico*, en alusión al clásico de fútbol peruano entre los clubes Alianza Lima y Universitario de Deportes.

*Pachamanca a la olla*: Variante del tradicional plato de origen prehispánico. En el fondo de una olla grande se hace una cama de chalas de maíz, donde se va colocando en forma escalonada los trozos de carne (pollo o res), previamente maceradas con un aderezo hecho a base de huacatay (hierba aromática oriunda de Perú y Bolivia). Arriba de esto se colocan las papas y la batata, todo cubierto con hojas de huacatay y chalas de maíz. Después se tapa la olla y deja cocer a fuego lento por una hora aproximadamente.

*Pollo broster o salchipollo*: Trozos de pollo apanados en chuño (harina de papa) y fritos. En la Feria sólo se ofrece *alitas* y en algunas ocasiones *pata*, que tiene un precio más elevado. Se lo sirve con papas fritas, ensalada de repollo y salsas al gusto.

*Papas rellenas*: Masa de papa cocida que envuelve un relleno elaborado con carne de res, cebollas, aceitunas y huevo duro, todo picado. Una vez armada la masa con el relleno se lleva a freír hasta que dore. Son ofrecidas en la Feria de dos formas: algunos puestos las traen completamente preparadas y otros listas para freír. Son las últimas las más solicitadas por ser consideradas más sabrosas.

*Panchos*: Salchicha hervida en un pan de viena con forma alargada que suele acompañarse con mayonesa, ketchup o mostaza.

*Picarones*: Dulce típico elaborado a partir de una masa compuesta por harina de trigo, leche, levadura, maicena y zapallo. Esa masa se fríe en aceite formando anillos con un palito, que son luego bañados en miel de chancaca (azúcar de caña). Ángela los prepara con la receta que aprendió de su madre pero sin usar chancaca, que le da mayor espesura y densidad al color de la miel, por el alto precio al que se la consigue en Córdoba. Prepara la masa el domingo a la mañana y la deja leudar al frente de un calefactor durante un par de horas, hasta antes de salir para la Isla.

*Pastelitos criollos*: Postre frito de masa crocante y hojaldrada. En la Feria como en otros lugares de Córdoba se los ofrece rellenos de membrillo o de batata.

*Pasta frola*: Tarta artesanal típica de la gastronomía argentina. Se compone de una masa cubierta con dulce de membrillo, aunque también pueden utilizarse otros rellenos como dulce de batata o dulce de leche. Es adornada con tiras delgadas hechas con la misma masa, formando un cuadrículado romboidal sobre la capa de dulce. Es un acompañamiento típico de la merienda o del mate.

*Queques*: Nombre para los bizcochos en la Feria, suelen ser de vainilla o limón.

*Seco de carne*: Guiso de carne de res con verduras, papa hervida y arroz. Su sabor y color verde característico se deben a la utilización de un aderezo hecho a base de cilantro.

*Salchipapas*: Salchichas cortadas en rodajas acompañadas de papas fritas y diversas salsas: mayonesa, ketchup, mostaza y salsa picante. Es uno de los platos más buscados de la Feria, sobre todo por la tarde y la noche.

*Tamales*: Masa de harina de maíz rellena de carne o pollo envuelta en hojas de plátano y cocida al vapor o al horno. En la Feria se los envuelva en papel aluminio para mantenerlos calientes durante las largas jornadas dominicales. Según muchas vendedoras es Norma, una de las hijas de doña Isabelina, la mejor tamalera de la Feria.

*Tortas*: Desde las tradicionales tortas de chocolate, vainilla y frutilla, hasta la torta helada, un postre típico de la culinaria peruana. Esta última se caracteriza por su forma en tres capas: la superior de gelatina de frutilla, la mediana de gelatina de frutilla batida con leche y la inferior de bizcochuelo.

*Zambito*: Derivado del arroz con leche al que se le agrega chancaca, nueces y pasas rubias. Al igual que la mazamorra morada se lo trae ya preparado a la Feria y se los comercializa en vasos de plástico descartable.



# Bibliografía

BOMPADRE, José María (2010) *Boliviano... ¿y qué?! Etnicidades e identidades. Barrios, familias y fiestas: hacia la construcción de espacios de migración en la Córdoba de principios del siglo XXI*. ImpretICA, Córdoba.

CERRUTI, Marcela y MAGUID, Alicia (2006) “Inserción laboral de migrantes limítrofes y del Perú en el Área Metropolitana de Buenos Aires, 2005”. Ponencia presentada en la Reunión de Expertos de Población y Pobreza en América Latina y el Caribe, Santiago de Chile.

Comité Invisible (2014) *A nuestros amigos*. Hekht Libros, Buenos Aires.

CORAGGIO, José Luis (1996) “El trabajo desde la perspectiva de la economía popular”. Ponencia presentada en el Seminario sobre los impactos territoriales de la reestructuración laboral en la Argentina, San Carlos de Bariloche.

DE CERTEAU, Michel (2007) *La invención de lo cotidiano 1. Artes de hacer*. Universidad Iberoamericana, México.

DE LANDA, Manuel (2006) *A new Philosophy of Society*. Continuum, Londres.

FALCÓN, María del Carmen (2008) “Caracterización sociodemográfica de la migración peruana en Argentina: Hacia una tipología migratoria”. Ponencia presentada en el Congreso Ciencias, Tecnologías y Culturas. Diálogo entre las Disciplinas del Conocimiento. Mirando al Futuro de América Latina y el Caribe, Santiago de Chile.

FALCÓN, María del Carmen y PAZ, Jorge (2009) “Migración y mercado laboral. Nexos y evidencias para Argentina”. Ponencia presentada en las X Jornadas Argentinas de Estudios de Población, San Fernando del Valle de Catamarca.

FALCÓN, María del Carmen y BOLOGNA, Eduardo (2013) “Migrantes antiguos y recientes: una perspectiva comparada de la migración peruana a Córdoba, Argentina”. *Migraciones Internacionales*, Vol. 7, No 1: 235-266.

FASANO, Patricia (2008) "El chisme: una práctica que performatiza la sociabilidad del barrio". Ponencia presentada en el IX Congreso Argentino de Antropología Social, Misiones.

FAVRET-SAADA, Jeanne (2013) "Ser afectado". *Avá. Revista de Antropología*, No 23: 58-67.

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

GARCÉS, Alejandro (2007) "Entre lugares y espacios desbordados: formaciones urbanas de la migración peruana en Santiago de Chile". *Documentos de la Facultad de Ciencias Sociales Universidad Central*, No 2: 5-22.

GARCÉS, Alejandro (2011) "De enclave a centralidad. Espacio urbano, comercio y migración peruana en Santiago de Chile". *Gazeta de Antropología*, No 27: artículo 38.

GOLDMAN, Marcio (2000) *Como funciona a democracia: uma teoria etnográfica da política*. Editora 7Letras, Rio de Janeiro.

GOLDMAN, Marcio (2015) "Entrevista con Marcio Goldman, Museo Nacional de la Universidad Federal de Río de Janeiro". *Revista de Antropología Iberoamericana*, Vol. 10, No 3: 319-327.

GUBER, Roxana (2011) *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Siglo XXI, Buenos Aires.

HARRIS, Olivia (1987) *Economía Étnica*. Hisbol, La Paz.

HIRAI, Shinji (2009) *Economía política de la nostalgia. Un estudio sobre la transformación del paisaje urbano en la migración transnacional entre México y Estados Unidos*. Juan Pablos Editor S.A, México DF.

HIRAI, Shinji (2014) "La nostalgia. Emociones y significados en la migración transnacional". *Nueva Antropología*, Vol. 27, No 81: 77-94

HUBER, Ludwig (1997) *Etnicidad y economía en el Perú*. Instituto de Estudios Peruanos, Lima.

IMILAN, Walter (2014) "Restaurantes peruanos en Santiago de Chile: construcción de un paisaje de la migración". *Revista de estudios sociales*, No 48:15-28.

LATOURET, Bruno (2007) *Nunca fuimos Modernos. Ensayos de antropología simétrica*. Siglo XXI, Buenos Aires.

LATOURE, Bruno (2008) *Reensamblar lo social. Una introducción a la teoría del actor-red*. Manantial, Buenos Aires.

LATOURE, Bruno y LÉPINAY, Vincent (2009) *La economía, ciencia de los intereses apasionados. Introducción a la antropología económica de Gabriel Tarde*. Manantial, Buenos Aires.

LEÓN PRADO, Roxanna (2010) “Políticas Migratorias: una perspectiva comparada entre los Estados peruano y boliviano”. Ponencia presentada en el V Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, Asociación Latinoamericana de Ciencia Política, Buenos Aires.

LIBERATORI, Marina (2012) *Cuando pica la boca. Una etnografía sobre el chisme. Córdoba-Argentina. Una investigación sobre el chisme y las relaciones sociales en dos pensiones de barrio Alberdi*. Editorial Académica Española, Estados Unidos.

LORDON, Frédéric (2015) *Capitalismo, deseo y servidumbre. Marx y Spinoza*. Tinta Limón, Buenos Aires.

MOTTA, Eugênia (2014) “Houses and economy in the favela”. *Vibrant – Virtual Brazilian Anthropology*, Vol. 11, No 1: 118-158

QUIRÓS, Julieta (2014) “Etnografiar mundos vívidos. Desafíos de trabajo de campo, escritura y enseñanza en antropología”. *PUBLICAR. En Antropología y Ciencias Sociales*, No 17: 47-65.

RABOSI, Fernando (2008) *En las Calles de Ciudad del Este: Una Etnografía del Comercio de Frontera*. Centro de Estudios Antropológicos de la Universidad Católica, Asunción.

RABOSI, Fernando (2011) “Negociações, associações e monopólios: a política da rua em Ciudad del Este (Paraguai)”. *Etnográfica*, Vol. 15, No 1: 83-107.

RIVERA CUSIQUANQUI, Silvia (2010) *Ch'ixinakax utxiwa. Una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores*. Tinta Limón y Retazos, Buenos Aires.

RODRÍGUEZ PASTOR, Humberto (2002) “El tamal peruano, acercamiento a su realidad actual”. *Revista Investigaciones Sociales*, Vol. 6, No 10: 9-22.

SERRA, Hugo (2012) “Feos, sucios y malos: La construcción de la identidad social de los trabajadores de las Ferias Populares en los medios gráficos de la Ciudad de Córdoba”. Ponencia presentada en

las II Jornadas de Sociología de la de la Universidad Nacional de La Plata, La Plata.

SERRA, Hugo (2014) “La forma feria de la economía popular latinoamericana y el sujeto posneoliberal: Entre el comercio, el trabajo y la exclusión”. Ponencia presentada en las VIII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de La Plata, Ensenada.

SERRA, Hugo (2015) *Somos lo que falta. El sujeto de la Economía Popular Latinoamericana en el debate, de la liberación a la resistencia y las alternativas actuales* (trabajo final de diplomatura). Consejo Latinoamericano en Ciencias Sociales (CLACSO), Buenos Aires.

SIKKINK, Lynn (1995) “La mujer y el intercambio en San Pedro de Condo”. *Fuentes Etnológicas*, No 5:12-17.

SIKKINK, Lynn (1996) “Mercado y medicinas tradicionales en la identidad de las mujeres rurales de San Pedro de Condo”. Ponencia presentada en la Reunión Anual de Etnología, La Paz.

STEFONI, Carolina (2008) “Gastronomía peruana en las calles de Santiago y la construcción de espacios transnacionales y territorios”. En *Migraciones en América Latina*, Susana Novick, Carolina Stefoni, Alfonso Hinojosa Gordonova (comps): 211-227. Catálogos, Buenos Aires.

STEINHAUF, Andreas (1991) “Diferencias étnicas y redes de larga distancia entre migrantes andinos: el caso de Sanka y Colcha”. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, Vol. 20, No 1: 93- 114.

STEINHAUF, Andreas y HUBER, Ludwig (1996) “Redes sociales en una economía étnica: los artesanos de la costa norte del Perú”. *Bulletin de l'Institut français d'études andines*, Vol. 25, No 2: 269-281.

STENGER, Isabelle (2014) “La propuesta cosmopolítica”. *Revista Pléyade*, No 14: 17-41.

STENGER, Isabelle (2015) *No tempo das catástrofes. Resistir à barbárie que se aproxima*. Cosac Naify, São Paulo.

STOLZE LIMA, Tânia (2013) “O campo e a escrita: Relações incertas”. *R@U. Revista de antropología de UFScar*, Vol. 5, No 2: 9-23.

TALLARICO, Melisa y FARÍAS, Viviana (2014) *La Isla de los Patos: “Un lugar que lo hemos tomado como nuestro”* (tesina de grado). Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo (2004) "Perspectival Anthropology and the Method of Controlled Equivocation". *Tipiti: Journal of the Society for the Anthropology of Lowland South America*, Vol. 2, No 1: 3-22.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo (2011) *Metafísicas caníbales. Líneas de antropología posestructural*. Katz editores, Madrid.

WEBER, Florence (2008) "Transacciones económicas y relaciones personales. Una etnografía económica después de la gran división". *Revista Crítica en Desarrollo*, No 02: 63-91.

ZELIZER, Viviana (2008a) "Dinero, circuitos, relaciones íntimas". *Sociedad y Economía*, No 14: 11-33.

ZELIZER, Viviana (2008b). "Pasados y futuros de la sociología económica". *Apuntes de investigación*, No 14: 95-112.

ZELIZER, Viviana (2009) *La negociación de la intimidad*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

## Fuentes

La Isla de los Patos, olvidada y en constante degradación. (2007, noviembre 08). *La voz del Interior*. Recuperado de: [archivo.lavoz.com.ar/nota.asp?nota\\_id=132352](http://archivo.lavoz.com.ar/nota.asp?nota_id=132352)

MARTÍNEZ, J. P. (2011, febrero 07). La isla de las comidas típicas peruanas. Todos los domingos, vecinos de la comunidad peruana se reúnen en la Isla de los Patos a degustar platos tradicionales. *Día a Día*. Recuperado de: [diaadia.viapais.com.ar/content/la-isla-de-las-comidas-tipicas-peruanas](http://diaadia.viapais.com.ar/content/la-isla-de-las-comidas-tipicas-peruanas)

Nosotros y los patos. (2013, enero 11). *La Voz del Interior*. Recuperado de: [www.lavoz.com.ar/cordoba/nosotros-patos](http://www.lavoz.com.ar/cordoba/nosotros-patos)

Sin pudor, suben autos y camionetas a la Isla de los Patos. (2013, febrero 26). *La Voz del Interior*. Recuperado de: [www.lavoz.com.ar/cordoba/sin-pudor-suben-autos-camionetas-isla-patos](http://www.lavoz.com.ar/cordoba/sin-pudor-suben-autos-camionetas-isla-patos)

MARTÍNEZ, P. (2014, julio 02). Córdoba tiene 44 "saladitas" y más de 900 vendedores ilegales. *La Voz del Interior*. Recuperado de: [www.lavoz.com.ar/negocios/cordoba-tiene-44-saladitas-y-mas-de-900-vendedores-ilegales#!/registro](http://www.lavoz.com.ar/negocios/cordoba-tiene-44-saladitas-y-mas-de-900-vendedores-ilegales#!/registro)

GARCÍA, N. (2015, agosto 16). Ferias de ropa, los “shoppings baratos” de la peatonal. *La Voz del Interior*. Recuperado de: [www.lavoz.com.ar/ciudadanos/ferias-de-ropa-los-shoppings-baratos-de-la-peatonal](http://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/ferias-de-ropa-los-shoppings-baratos-de-la-peatonal)

CARDARELLI, M. (2016, marzo 02). La isla de los patos, un peligro. *El Doce y Vos*. Recuperado de: [eldoce.tv/el-doce-y-vos/la-isla-de-los-patos-un-peligro\\_14433](http://eldoce.tv/el-doce-y-vos/la-isla-de-los-patos-un-peligro_14433)

## Entrevistas

MALDONADO, N. (2012, junio 24). Una parte de Perú vive en Córdoba. Entrevista con Eduardo Domenech, *La Voz del Interior*. Recuperado de: [www.lavoz.com.ar/peru/parte-peru-vive-cordoba](http://www.lavoz.com.ar/peru/parte-peru-vive-cordoba)

AHUMADA, C. (2012, agosto 08). Comunidades peruanas en Córdoba: redes que integran y sostienen. Entrevista con Eduardo Bologna y María del Carmen Falcón. *Unciencia*. Recuperado de: [www.unciencia.unc.edu.ar/2012/agosto/comunidades-peruanas-en-cordoba-redes-que-integran](http://www.unciencia.unc.edu.ar/2012/agosto/comunidades-peruanas-en-cordoba-redes-que-integran)





Fruto de un estudio etnográfico sobre la vida cotidiana de una de las ferias de migrantes más concurridas de la ciudad de Córdoba, Argentina, este libro ofrece un análisis original y novedoso de las prácticas de economía popular, y nos invita, desde una perspectiva propiamente antropológica, a discutir los modos y posibilidades que asumen las relaciones sociales y políticas en el espacio urbano contemporáneo.

José María Miranda Pérez nos muestra que *junto, tupido y abundante* son valores prácticos que guían las maneras en que *vendedoras, clientes, caseritos, estudiantes, políticos y hermanos* montan y desmontan, cada domingo, la Feria de Los Patos de la ciudad de Córdoba. Acompañando de cerca a estos protagonistas y sus modos cotidianos de *hacer feria*, el autor capta y sintetiza magníficamente una forma peculiar de producir organización económica y política, que desafía las concepciones de economía y política dominantes, y expande el horizonte con que las ciencias sociales problematizan el derecho a la ciudad y las relaciones de producción y disputa del espacio público.



ISBN 978-987-1983-33-9

