

Experiencias I

De las economías de subsistencia hacia la economía social*

*Bruno De Santis***

Este trabajo está centrado sobre distintas organizaciones civiles que surgieron por parte de una población que se desempeñaba como asalariada y que, producto de los cambios ocurridos en la década de los '90, quedó excluida del mercado formal de trabajo.

Frente a esta situación fueron surgiendo una serie de estrategias de supervivencia, que sirvieron inicialmente para cubrir las necesidades inmediatas de las personas y que luego buscaron, muchas de ellas a partir de sus propios medios, desarrollar emprendimientos productivos que generaran excedentes económicos para sus integrantes.

Se analizan en este marco la Asociación Civil MAMA y cuatro empresas sociales que pertenecen a REDESA (Red de Empresas Sociales en la Argentina): el Puente Verde, la Fundación para el desarrollo en Justicia y Paz (FUNDAPAZ), Hecho en Buenos Aires y la Asociación Mutual de Empleo y Gestión Solidaria (GESOL).

Se concluye que son necesarias políticas públicas que las impulsen y que el ámbito académico -en especial el de las ciencias sociales- debe replantearse la riqueza de estas experiencias en materia de análisis e investigación.

* Economías de Subsistencia y la transformación hacia la nueva Economía Social. Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, año 2003. .

** Licenciado en Sociología egresado de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Actualmente forma parte del Programa FAPEP (Facilidad para la Ejecución de Proyectos) en convenio con el Ministerio de Economía y Producción de la Nación y el Banco Interamericano de Desarrollo. Correo electrónico: bdesan@mecon.gov.ar.

Introducción

Durante la década de los noventa se produjo en la Argentina un cambio muy significativo al interior de la economía que repercutió en distintos ámbitos: en la estructura del capital, en el mercado de trabajo y en el papel que habría de pasar a cumplir el estado en la regulación de la economía. Esta transformación tendió a favorecer los grandes emprendimientos productivos, muchos de ellos de origen extranjero. Parte de ellos realizaron importantes inversiones pero sólo generaron escasos márgenes para la creación de nuevos puestos de trabajo. Esta dinámica deterioró considerablemente la industria manufacturera nacional, encargada no sólo de abastecer el mercado interno sino también de absorber la mano de obra local.

Grandes sectores de la población que antes se desempeñaban como asalariados se vieron excluidos del mercado formal de trabajo, resignándose a la condición de desocupados o subocupados. Una parte significativa de los asalariados no encontró posibilidades laborales dentro de las empresas que exigían cada vez mejores niveles educativos a los empleados y operarios. Otro importante factor que influyó en los altos índices de desocupación y subocupación fue la escasa oferta que los trabajadores podían encontrar dentro de un mercado laboral mucho más excluyente.

Frente a estas condiciones, fueron surgiendo una serie de estrategias de supervivencia entre las que se destacan la aparición de mutuales, cooperativas, asociaciones de caridad, redes de ayuda interfamiliar etc. Inicialmente estas estrategias sirvieron para cubrir las necesidades inmediatas de las personas que acudían a tales instituciones. De allí entonces, la aparición masiva de comedores infantiles y de ancianos, de organizaciones que se encargaron de ayudar a personas sin techo y vivienda, de instituciones caritativas religiosas y de otros ámbitos de la sociedad civil que ampliaron sus márgenes de acción para cobijar a un número creciente de personas.

El objetivo de este trabajo está solamente centrado sobre las organizaciones civiles que tuvieron ese mismo origen, pero que luego buscaron (a partir de sus propios medios) desarrollar emprendimientos productivos que generaran excedentes económicos para sus integrantes. Muchas de estas nuevas formas organizativas ya venían trabajando desde hace décadas, pero otras tienen una historia muy reciente. Estas experiencias nacieron de la simple iniciativa de los sectores excluidos del mercado de trabajo y de algunas organizaciones dedicadas a la problemática de la exclusión social, siendo casi nula la intervención estatal para la creación de tales proyectos. **Nuestra intención es explorar cómo estos**

sectores se movilizaron para generar nuevas economías que intentan ir más allá de sus necesidades inmediatas y buscan generar una alternativa de economía social.

Muchas de estas actividades son novedosas y otras intentan recuperar espacios y tareas que ahora son llevadas a cabo en conjunto. También es interesante poder observar cómo a partir de nuevas prácticas se va desarrollando un nuevo significado de "empresa". En la economía capitalista actual, el concepto de empresa está ligado con la inversión de capital, la búsqueda de rentabilidad en los distintos mercados que operan en escala mundial y la diferenciación entre capital y trabajo. En contrapartida, se considera empresas sociales a "aquellas organizaciones sin fines de lucro que cumplen los requisitos de promoción al desarrollo humano, estimulando la inserción e integración laboral de personas que pertenezcan a algún grupo vulnerable, produciendo bienes y/o servicios destinados al mercado"¹.

En el transcurso del artículo se podrá apreciar que dentro de estas empresas sociales existe una gran cantidad de actividades subsidiadas que van desde la capacitación de oficios, la creación de comedores infantiles, talleres artísticos, centros de recuperación de adicciones, etc. Se podrá constatar que las actividades enuncia-

das sirven como canal de integración para aquellas personas que forman parte de la empresa social. Su objetivo es que sus integrantes puedan desarrollar simultáneamente dichas actividades sociales y culturales, así como también las actividades productivas necesarias para su propio sustento.

Finalmente, sería interesante aclarar que con la excepción de la Asociación Civil MAMA, las cinco empresas sociales que han sido incluidas en este trabajo pertenecen a **REDESA** (Red de Empresas Sociales en la Argentina). Dicha red está inspirada en la experiencia de las empresas sociales en Europa, más específicamente en Italia. Si bien el contexto donde surgieron dista de ser similar al argentino, los integrantes de REDESA consideran que puede tomarse como un interesante ejemplo de organización de empresas sociales dentro de una red.

La Asociación MAMA

La Asociación MAMA (mis alumnos más amigos) surge a partir de la iniciativa de un profesor de educación física de un colegio ubicado en la localidad de Villa Ballester. Este profesor había entablado una estrecha relación de amistad con los integrantes de las distintas promociones que egresaban del colegio donde dictaba clases. Surgió entonces, con la ayuda de los

¹ REDESA, Proyecto de ley de empresas sociales.

alumnos, un proyecto que consistía en crear un hogar de niños que se encontraran en situación de calle: esta iniciativa se empezó a concretar con las promociones de egresados de los años 1974 y 1975. En primera instancia, el objetivo del profesor y sus alumnos más allegados fue construir algún tipo de asociación civil sin fines de lucro que tomara a chicos que, en lugar de ser derivados a institutos estatales por designación de algún juez de menores, fueran trasladados al hogar y se les pudiera brindar un lugar donde residir, una alimentación diaria y algunas actividades como apoyo escolar, terapéutico, salidas en grupo, actividades deportivas, etcétera.

La idea era que los grupos de niños que llegaban al hogar tuvieran alguna relación de parentesco entre ellos, en lo posible que fueran hermanos. La finalidad era que una vez que los chicos llegaban al hogar no perdieran los pocos lazos familiares que aún mantenían. Hoy el hogar cuenta con unos cuarenta chicos que residen allí, de los cuales casi todos tienen parentesco entre sí. Además la Asociación Civil MAMA cuenta con dos comedores infantiles con un número aproximado de 300 chicos que se alimentan allí diariamente.

Con el transcurso de los años los miembros de la Asociación comenzaron a preocuparse por la situación de los chicos que ya siendo mayores de edad abandonarían el hogar. La preocupación es-

taba centrada sobre la salida laboral, respecto de la cual la única posibilidad viable para que no experimentaran una situación de exclusión laboral era que los chicos mayores de edad tuvieran su propio emprendimiento productivo y, a partir de él, iniciaran su salida laboral.

Cuando sólo funcionaba el hogar de niños ya existían dentro de la Asociación los que ellos llaman "Cupero". Los "Cupero" son una especie de donantes y proveedores que colaboran con el hogar aportando insumos y alimentos de primera necesidad tales como pan, carne, alimentos no perecederos, colchones, tizas, cuadernos etc. La mayoría de estos donantes son ex alumnos del profesor de educación física. A partir de esta experiencia de los "Cupero" se buscó insertar a los chicos mayores de edad como empleados en los comercios de los donantes. Como muchos de estos comercios eran panaderías, los chicos fueron creando su propio oficio.

La cooperativa

Posteriormente, la Asociación MAMA decidió que se alquilara un local en el centro de Villa Ballester donde los chicos vendían directamente al público. Pero a medida que se sumaban jóvenes que se interesaban en esta tarea, se pensó en la posibilidad de tener una panificadora con venta masiva de pan industrial, sobre todo en lo que hace a la fabricación de pan

para panchos y para hamburguesas y prepizzas. Para llevar a cabo esta iniciativa, se creó una cooperativa entre los chicos adultos que ahora serían socios a través de una cuota social.

Este proyecto se pudo llevar a la práctica al punto de que hoy se han convertido en proveedores de algunos supermercados e hipermercados que operan dentro de la economía local; uno de ellos es la cadena de hipermercados Jumbo, al cual proveen todos los productos que se fabrican en la cooperativa (pan de hamburguesa, pancho y prepizza) patentado por su propia marca. Los productos de MAMA se comercializan en todas las sucursales de esta cadena en la zona del conurbano bonaerense. Otro de los importantes clientes de la Asociación MAMA es la cadena de supermercados Norte.

Durante un período la cooperativa tenía como cliente a la empresa Fargo a la que llegaba a vender hasta 2.000 prepizzas por día y hasta 12.000 prepizzas por semana. Esto demuestra las condiciones altamente positivas de la cooperativa para extender su mercado, además de las ventajas que presenta en materia de productividad: la cooperativa hoy cuenta con maquinarias avanzadas para la producción de prepizzas y panes de Viena. Sin embargo, la posterior decadencia de Fargo S.A. implicó la pérdida no sólo de un importante cliente, sino también de la posibilidad de generar

una mayor cantidad de excedente económico para distribuirlo entre los socios.

A pesar de estos vaivenes, dentro de la cooperativa se sigue trabajando bajo los mismos criterios que en sus inicios, poniendo especial énfasis sobre el trabajo en equipo. Como era de esperarse (al igual que en la mayoría de las cooperativas) los mismos socios son los que ponen la mano de obra, distribuidos según las tareas en que cada uno se especializa. Cada uno recibe una capacitación en la escuela de panadería que funciona como centro de capacitación, tanto en el hogar como en la cooperativa. También es significativa la participación de algunos de los chicos del hogar en las tareas productivas, es decir, chicos que todavía viven en el hogar y que aún no han adquirido la capacitación necesaria para el manejo de tareas operativas con las maquinarias. Este subgrupo suele encargarse de la fabricación de galletitas y panes artesanales. La producción, si bien está organizada en equipo y distribuida en distintas tareas, es supervisada por un maestro panadero encargado de controlar las tareas operativas. Todos los socios de la cooperativa MAMA obtienen una participación o cuota social de acuerdo con el reglamento que rige en la ley de Cooperativas N° 20.337, que se traduce automáticamente en un ingreso fijo para los asociados.

Así vemos cómo la trayectoria de

los chicos se transforma desde el momento en que ingresan al hogar hasta que se convierten en adultos. La integración a un espacio más favorable del que experimentan en la calle es la función primordial de la asociación. En principio el problema es la integración social, con mecanismos que van desde el apoyo escolar dentro del hogar (todos asisten a colegios estatales y algunos privados-religiosos), actividades deportivas y apoyo terapéutico.

Se podrá observar que la cantidad de socios de la cooperativa (diez actualmente) no coincide con la cantidad de chicos que se albergan en el hogar (en total suman cuarenta). Ello no se debe a que la asociación ha decidido seleccionar un subconjunto de chicos aptos para que pasen a formar parte de la cooperativa, dejando de lado a los que no poseen "condiciones". En efecto, no existe ningún criterio de selección ya que el funcionamiento de la cooperativa depende pura y exclusivamente de la voluntad de participar y gestionar.

Ya adultos, muchos de los integrantes han decidido no participar en la cooperativa porque la asociación también cuenta con una red de donantes y comerciantes (entre ellos los cupero) que al momento de buscar mano de obra acuden a algún integrante que viva en el hogar y que esté buscando algún tipo de ocupación remunerada. Esto demuestra las distin-

tas opciones que los miembros de la asociación han empleado para que los chicos del hogar encuentren oportunidades dentro de las excluyentes posibilidades que otorga el mercado de trabajo. La historia y el trabajo de casi treinta años de la asociación confirman muchos resultados obtenidos, aun cuando se trate de una cantidad de personas relativamente pequeña.

El Puente Verde

El proyecto *Puente Verde* nace con la iniciativa de una licenciada en psicopedagogía de nacionalidad italiana y una ingeniera agrónoma argentina. Comenzó en 1995 y estaba orientado a crear una asociación civil que se dedicara a la recuperación y la reinserción laboral de jóvenes en situación de desventaja social, ya sea por encontrarse con algún tipo de discapacidad mental, o de adicción en tratamiento o bien por encontrarse en situación de riesgo social. El objetivo del proyecto consiste en brindar formación profesional e inserción en el mundo del trabajo a estos jóvenes que se encuentran en situación de desventaja y, de esta manera, promover su integración social y autonomía dentro de los espacios donde encuentran dificultades para desenvolverse. Las actividades que llevan a cabo están relacionadas con la producción de plantas ornamentales (floricultura), producción en huerta orgánica (horticultura) y

el mantenimiento de parques y jardines. Se trata de que los jóvenes que se acercan a Puente Verde tengan inserción laboral en dichas especialidades.

Desde que Puente Verde inicia sus actividades como empresa social, los chicos aprenden estos oficios dentro de un predio cedido por la municipalidad de Esteban Echeverría, ubicado en las cercanías del Aeropuerto de Ezeiza. Puente Verde cuenta con un total de 4,5 hectáreas donde se producen variadas especies de flores estacionales, verduras y hortalizas orgánicas y se forma a los jóvenes en el oficio de la jardinería. Para llevar adelante este proyecto se buscó, en primera instancia, el apoyo financiero de la organización no gubernamental italiana COSPE (en castellano significa Cooperación para el desarrollo de países emergentes) dedicada al financiamiento y el apoyo institucional de más de cien proyectos similares en treinta países de África, América latina, Asia, Sudoeste asiático y Sudeste europeo. Este financiamiento se mantuvo hasta que la Asociación Civil Puente Verde comenzó a autofinanciarse con su propio emprendimiento productivo, a partir del año 2000.

Las actividades productivas

A medida que los jóvenes se insertan en las tareas productivas se los empieza a capacitar en cualquiera de dichas actividades. Es importante destacar que esta empresa social no cuenta con un

área formativa separada del área productiva: desde la misma empresa social se fomenta que estas dos áreas trabajen simultáneamente. Es decir, se trata de que los jóvenes se vayan formando en el momento en que producen, a través de la práctica del oficio. La capacitación consiste básicamente en enseñarle a los jóvenes cuáles son los períodos de siembra y de cosecha, cuál es el tratamiento adecuado que requieren las flores, las huertas y los parques.

Tanto para la venta de las flores como la huerta orgánica, la asociación cuenta con una cartera de clientes que son vinculados telefónicamente o vía correo electrónico. Para la venta de flores, Puente Verde trabaja con viveros pequeños y con algunos mayoristas. En total posee una cartera de diez clientes a los que les provee flores diaria o semanalmente, según la cantidad y el flujo de los pedidos. Para la venta de la producción hortícola se trabaja con un número aproximado de treinta clientes relativamente fijos.

En cuanto al mantenimiento de parques, las tareas que se llevan a cabo en la empresa son más bien formativas. Sin embargo, en esta actividad la capacitación también va de la mano de la práctica cotidiana: los jóvenes aprenden el oficio de jardinero a través del mantenimiento del mismo predio. Pero debe agregarse que Puente Verde realiza trabajos fuera del predio con los jóvenes que diariamente aprenden el oficio de

jardinería. Actualmente la asociación se encarga de mantener una plaza dentro del partido de Esteban Echeverría, por intermedio de un convenio con la municipalidad de esa jurisdicción. Ninguna de estas tres actividades (floricultura, horticultura, mantenimiento de parques y jardines) son realizadas en forma individual. Por lo contrario, desde las direcciones de formación y producción se promueve constantemente que ellos trabajen en equipo. Además se trata de que los jóvenes se formen según las reglas y la cultura de trabajo: están obligados a firmar planillas de asistencia, respetar ciertos horarios y relevamiento de turnos, aprender las distintas facetas que requiere la producción, etcétera.

Puente Verde existe como centro de formación florihortícola desde 2000; desde entonces han pasado por la formación cincuenta jóvenes en condiciones de desventaja social y veinte pasantes universitarios. Hoy cuenta con un total de veinticinco jóvenes que se forman y practican los distintos oficios. En tres años de trabajo y de existencia de las actividades productivas se ha logrado insertar a tres chicos en el mercado laboral.

Con el objetivo de promover la reinserción laboral en otros ámbitos sociales, la empresa forma parte del centro de formación "Integrados para integrar" en el cual participan distintas organizaciones no gubernamentales. Este

centro de formación se dedica a dictar cursos de búsqueda activa de empleo focalizado para personas que poseen discapacidades mentales leves, sordos, hipoacúsicos y discapacitados motrices. En dichos cursos se los orienta a buscar trabajo de distintas formas pero sobre todo se les enseña a elaborar su propio *currículum vitae*.

La función de esta empresa social no se limita a la reinserción laboral y al aprendizaje de los oficios, sino también proveer a los jóvenes un espacio distinto donde puedan integrarse con otros pares de su misma edad. Casi todos los que participan dentro de este proyecto oscilan entre los 20 y los 25 años de edad. Muchos de ellos vienen con trayectorias de vida similares asociadas no sólo con la exclusión en el mercado de trabajo, sino también con la exclusión de ámbitos relacionados con la escuela, la familia y otras instituciones que no les han permitido desarrollar actividades como las que hoy llevan adelante en este proyecto.

Fundapaz (Fundación para el desarrollo en Justicia y Paz)

"Fundapaz" es una institución de inspiración cristiana que fue fundada en 1973 en la ciudad de Vera, provincia de Santa Fe. Nació como iniciativa del Obispo de Reconquista Juan José de Iriarte y

de las religiosas del Sagrado Corazón, que decidieron hacer una importante donación para destinarla al desarrollo humano de los sectores más pobres de esa región (cuña boscosa santafesina). El proyecto era crear una fundación integrada por laicos. A pesar de ser de inspiración cristiana y con participación de la Iglesia Católica, también participan en ella distintas confesiones cristianas y organismos multirreligiosos.

A lo largo de 30 años la tarea de la fundación se ha orientado hacia las zonas rurales del norte argentino que presentan altos índices de necesidades básicas insatisfechas². Se pretende entonces, que estas poblaciones que presentan NBI puedan superarlas a través de la participación como pequeños productores, muchos de ellos de origen criollo y aborigen entre los que se pueden nombrar:

- Aborígenes Wichi, distribuidos en las zonas de Los Blancos y de Embarcación (Salta).
- Pequeños productores forestales, de cabras, vacas, algodón y alfalfa, en el norte de Santa Fe, en el noreste de Salta y en Santiago del Estero.
- Mujeres organizadas en centros de capacitación (autoconsumo, costura, artesanías, salud, etc.) en las mismas provincias.

También debe añadirse que

Fundapaz opera desde sus 29 años de actividad en distintas provincias del norte argentino pero actualmente se encuentra trabajando en tres provincias: Santa Fe, Salta y Santiago del Estero. Mientras tanto, en Buenos Aires realiza todas las actividades administrativas y, en especial, cumple la función de difundir los programas que son ejecutados en el norte argentino.

Líneas de trabajo en Santa Fe

La fundación nace en el norte de la provincia de Santa Fe, en la ciudad de Vera. Esta zona se caracteriza por la gran diversidad de especies forestales entre las que se encuentra el quebracho colorado. Debido a la importancia geográfica y económica esta región fue explotada por capitales extranjeros principalmente por la empresa británica La Forestal Argentina. Dicha empresa se dedicó a explotar la zona durante un período bastante prolongado, que va desde principios de siglo XX hasta mediados de la década de los sesenta.

Cuando la empresa se retira de la zona, el gobierno de la provincia de Santa Fe decide comprar las tierras que explotaba la empresa con el objetivo de llevar a cabo una especie de “colonización”, afectando parte de esa su-

² Se considera población NBI a la población que habita en condiciones de hacinamiento, en viviendas precarias, sin retrete y con niños en edad escolar que no asisten a la escuela.

perficie a muchos de los que habían trabajado en ella como hacendados. En 1981 la fundación creó un programa de habilitación de tierras para que allí se implanten pasturas para forraje y el cultivo de algunas especies alimenticias para el autoconsumo familiar, pero que también generaran excedentes a los productores. Con el surgimiento de esta iniciativa, se fueron formando grupos de pequeños productores y asalariados rurales que junto con sus familias comenzaron a desarrollar acciones tendientes a revertir su situación social adversa, asociada con la falta de insumos propios para subsistir y comercializar.

Uno de los factores que han jugado en contra de los productores fue la explotación indiscriminada de recursos naturales. Muchas familias se vieron obligadas a aumentar la presión sobre los ya escasos recursos naturales provocando una espiral en su degradación. Por ello es que se buscó desde un principio que los productores incorporen un nuevo enfoque de manejo y uso de los recursos naturales que permitiera a la vez su recuperación y preservación. A través de sucesivos diagnósticos se logró que en 1986 se establecieran cuáles eran las limitaciones y las potencialidades que enfrentaban los productores, tratando así de superar los problemas que afectaban el desarrollo socioeconómico de las familias.

Se llegó entonces a generalizar

una estrategia de manejo sustentable de los recursos naturales y se comenzó a trabajar con un enfoque orientado a la actividad agro silvo pastoril tratando de diversificar los distintos sistemas de producción: monte nativo, ganadería mayor, huerta y granja, y apicultura bajo monte. La diversificación de estos sistemas productivos permitiría simultáneamente el autoconsumo de las familias y la venta de excedentes. Pero no todo el trabajo en esta región se limita al desarrollo productivo sino que fue creciendo y afianzándose la organización de las familias. En este proceso también se encontrará la participación cada vez mayor de las mujeres, quienes comenzaron a vincularse con actividades comunitarias, asistencia sanitaria, talleres de costura, huerta, granja y otras actividades sociales como el vecinalismo y la religión.

Posteriormente fueron incorporándose los hombres, preferentemente vinculados con las tareas productivas. Mediante este impulso a la participación comunitaria se fueron creando asociaciones vecinales que han encarado, entre otras cosas, la construcción de salones, obras de agua potable para la provisión en los hogares, alcantarillado de caminos entre los distintos parajes, salas de extracción de miel etc. Actualmente existen alrededor de 25 organizaciones que trabajan en torno del desarrollo local de la comunidad. Se ha logrado consolidar la agru-

pación de 600 familias alrededor de la producción, transformación de productos primarios y creación de una organización de representantes por paraje, vinculando simultáneamente la finalidad de producir y generar excedentes con la necesidad de fortalecer las instituciones locales.

Líneas de trabajo en Salta

Otra interesante línea de trabajo se viene llevando en la provincia de Salta. A principios de la década de los ochenta la fundación decidió formar un equipo para trabajar con 50 familias de la comunidad wichi que reside en la zona de Los Blancos, al noreste de la provincia. Este equipo comienza a conocer la realidad de este pueblo indígena y a apoyar sus reclamos relacionados con la propiedad de la tierra y la búsqueda de opciones productivas que aseguren su sustento económico. Recién para el año 1990 se inició desde el gobierno provincial un proceso que le adjudicaría la propiedad de 70.000 hectáreas en la zona de Los Blancos, ocupadas tanto por criollos como por aborígenes. De manera conjunta, las familias aborígenes y criollas establecieron un acuerdo para determinar qué proporción de tierra necesitaría cada una de ellas, tomando en cuenta distintos factores como la cantidad de superficie, el acceso, la provisión de agua, etcétera.

Además, la fundación lleva a ca-

bo actividades con una comunidad wichi que se encuentra en la localidad de Embarcación, también ubicada al noreste de la provincia de Salta. Esta comunidad aborígen cultiva algunos productos característicos de la zona (porotos, pimientos, tomates) que, o bien son vendidos directamente al mercado o son utilizados para el autoconsumo. Además de promover las tareas productivas de esta comunidad, Fundapaz promueve el fortalecimiento de su organización comunitaria que participa dentro del Consejo de Organizaciones Wichi del Bermejo, organización que actualmente aglutina unas 14 comunidades y un total de mil familias. Tal como sucede con los casos anteriores, la Fundación decidió formar un equipo permanente en dicha zona para la capacitación y asesoramiento tanto en las actividades productivas como de las actividades vinculadas con la organización comunitaria.

Líneas de trabajo en Santiago del Estero

La tercera línea de trabajo de la fundación está radicada en la provincia de Santiago del Estero. Desde 1980 viene realizando un trabajo de promoción y asistencia técnica a pequeños productores, con el objetivo de que éstos puedan lograr diversificar su producción y mejorar sus condiciones de vida. Gracias al trabajo de casi diez años se logró establecer en esta última zona la única cuenca

lechera caprina del país que además cuenta con inserción provincial y nacional. Mucho de ello se debe al apoyo técnico de los profesionales, a los productores, así como también el apoyo financiero que se les otorgó desde la fundación para la compra de insumos, construcción de salitas de ordeño, pasturas, alambrados, entre otras cosas.

En dicha zona la fundación cuenta con una fábrica de quesos "Las Cabrillas" que, a su vez, es la primera fábrica de quesos de cabra que se instaló en el país. Esta fábrica es parte de un proyecto que tiene la finalidad de consolidar un desarrollo agroindustrial en el cual participan pequeños productores de la cuenca lechera caprina santiagueña. La fábrica de quesos fue inaugurada por la fundación en octubre de 1989 y desde esa fecha ha venido recolectando leche, provista por los pequeños productores que participan en el proyecto. Las Cabrillas cuenta con una capacidad productiva para procesar hasta 50.000 litros anuales de leche de cabra. Además posee un laboratorio propio y otros externos que sirven de apoyo. Hay que agregar que actualmente se produce leche de cabra pasteurizada (en el laboratorio) para la venta en comedores escolares que se encuentran dentro del área de la cuenca.

El trabajo de Fundapaz en la región

Desde que Fundapaz trabaja con los productores y las familias rurales del norte argentino se han acrecentado el número de beneficiarios y los proyectos en curso han ido en aumento, de manera tal que la cantidad de beneficiarios se ha expandido y han crecido sus ingresos más allá de la mera subsistencia. No obstante, debe destacarse que algunas familias recibieron apoyo directo y otras sólo indirecto: el apoyo directo llegó a un total de 122.700 personas y el indirecto a 349.000 aproximadamente. Se podrá constatar que la acción de Fundapaz (en parte por su antigüedad) llegó a resolver las dificultades y obstáculos de miles de individuos que, por distintos motivos, se encontraban bajo situación de marginalidad y escasez de recursos.

Si bien muchas de estas familias todavía enfrentan una serie de obstáculos para poder capitalizar su producción y producir excedentes, la acción y el apoyo de la Fundación se presenta como un medio y un instrumento esencial para revertirlos. Ello se debe a la constante tarea que realizan los profesionales y los equipos técnicos que trabajan directamente en las áreas donde se observan limitaciones y potencialidades de cada comunidad.

Hecho en Buenos Aires

Hecho en Buenos Aires es una experiencia bastante particular de

empresa social. Se trata de una revista de interés general, de enfoques sociales, de arte y espectáculos en la cual participan periodistas, profesionales y personas que se encuentran en situación de calle. En junio de 2000 se decidió (entre los integrantes que dieron origen a la revista) lanzar una edición para brindar una oportunidad a personas que se encontraban en esa circunstancia. A través de la venta de la revista, estas personas podrían encontrar una fuente de ingresos propia. La idea de crearla, fue tomada de la revista *The Big Issue*, que apareció por primera vez en Londres en 1991. Esta revista trabajaba con la problemática de la gente que vive en situación de calle (principalmente los que encuentra dificultades habitacionales) y hoy cuenta con cinco versiones diferentes en cinco ciudades del Reino Unido y otras en Australia, Sudáfrica y Namibia. Además edita una tirada semanal que oscila en los 120.000 ejemplares.

Los creadores de *HBA* trataron de asimilar la experiencia y editar una revista de interés general que enfocara temas relacionados con la cultura, el arte, la realización de entrevistas a personalidades famosas y, sobre todo, que incluyera la problemática habitacional de la ciudad de Buenos Aires. A medida que se editaban las primeras entregas se fueron incorporando entrevistas a personalidades famosas vinculadas con el teatro, el cine y la televisión, así como tam-

bién, a algunos líderes comunitarios que se sentían atraídos por esta iniciativa hasta entonces desconocida para muchos de ellos.

Al igual que otras experiencias, *Hecho en Buenos Aires* es una empresa social que produce una revista y del excedente que obtiene su venta brinda una posibilidad de inserción laboral a grupos socialmente vulnerables, en especial a aquellos que se encuentran con problemas habitacionales, que pueden ser desde personas sin techo hasta quienes viven temporariamente en albergues y pensiones. Uno de los objetivos fundamentales para quienes iniciaron este proyecto era que los vendedores pudieran romper con los mecanismos tradicionales que genera el asistencialismo y a través de la venta de la revista promover su autonomía. Gran parte de los vendedores de *HBA* provienen de las capas menos calificadas del mercado laboral.

Una encuesta realizada por *HBA* y un grupo de profesionales universitarios revela que casi un tercio de los vendedores hacían trabajos sin calificación como, por ejemplo, changarín. Entre otros casos se puede nombrar un porcentaje alto de personas que se dedicaban a la venta ambulante (16,7 %) y a los servicios de vigilancia o empleo doméstico (11,5%). Muchos de ellos al perder su trabajo, se vieron forzados a mendigar o bien pudieron acceder a alguna ayuda asistencial

que en la mayoría de los casos provenía de la asistencia estatal. Antes que alguien se convierta en vendedor de *HBA* se le pregunta en que situación habitacional y socioeconómica se encuentra. De esta manera, se logra conocer con detenimiento las prioridades y las posibilidades de desempeño ya que muchos vendedores vienen con problemas legales, de alcohol, de drogas, entre otros. La posibilidad de reinserirse laboralmente a través de la venta de la revista implica un cambio en sus vidas.

Para muchos que hoy son vendedores de *HBA* es su primera experiencia estable de trabajo y participación. La revista comenzó con una tirada mensual de 5.000 ejemplares mensuales que actualmente se ha extendido a 50.000. Por tal motivo, el plantel de vendedores de *HBA* ha ido en aumento. Hoy cuenta con aproximadamente 250 vendedores, distribuidos en distintos puntos de ventas en la Ciudad de Buenos Aires. A cada uno se le asigna un punto de venta que suele estar ubicado en paradas de colectivos, en las cercanías de las estaciones de trenes (Retiro, Constitución, Plaza Once, Federico Lacroze, entre otras) o bien en algún punto importante de la ciudad. La ubicación en estos puntos de venta garantiza a los vendedores un flujo importante de personas que circulan diariamente (en el caso de las estaciones de trenes o de subte llegan al millón de personas). Sin embargo, la falta de información y la corta trayec-

toria de la revista hace que mucha gente la desconozca.

HBA y la cultura

La actividad de los vendedores no se limita a la venta de la revista: desde 2001 *HBA* cuenta con centros de terapias de apoyo psicológico, terapias de alternativa, capacitación en ciudadanía y derechos humanos. Estas actividades se enrolan dentro del proyecto *Hechos para el futuro*. Su finalidad consiste en mejorar integralmente la calidad de vida de los vendedores y de sus familias: también se integran personas que si bien no se dedican a la venta de la revista sí se encuentran en situación de calle. Además de las actividades descritas más arriba, *Hechos para el futuro* ofrece talleres que abarcan desde las artes marciales hasta teatro, canto, talleres literarios y el aprendizaje de la famosa técnica del "fileteado porteño".

A partir de mayo de 2003 *HBA* junto con la organización Médicos del Mundo comenzó a operar un móvil sanitario que ofrece asistencia médica en distintos puntos de la ciudad. Este móvil sanitario llamado "El Colectivo- Salud " tiene la intención de brindar asistencia médica y odontológica para personas en situación de calle. Este móvil también presta ayuda vinculada con la tramitación de documentos, realiza derivaciones en caso de problemas legales y facilita a los vendedores la llegada a programas existentes.

Todas estas iniciativas marcan la particularidad de una empresa social que no sólo posee redes con organismos locales, sino también en nivel internacional. Actualmente *HBA* es miembro de la Red Mundial de Publicaciones en la Calle (INSP) asociación civil con sedes en Glasgow y Londres que reúne más de cuarenta proyectos similares en el mundo entero. Además *HBA* está financiada y auspiciada por la Fundación Levi-Strauss, conocida firma internacional que fabrica y comercializa productos textiles. En agosto de 2003 recibió en donación del gobierno de la ciudad de Buenos Aires un predio en la calle San Juan donde hoy se lleva a cabo la mayoría de las actividades del proyecto. También debe destacarse que *HBA* cumplió con el primer lanzamiento en Mar del Plata donde ya existe un pequeño grupo de vendedores y un equipo de coordinación local. Además se está pensando en repetirlo en otras ciudades de la Argentina que, debido a su crecimiento demográfico, se encuentran con problemas similares asociados con la falta de vivienda y trabajo.

La experiencia de Gesol

Red Gesol es el nombre de fantasía que recibió la Asociación Mutual de Empleo y Gestión Solidaria creada en 1989, a partir de la iniciativa de un grupo de profesionales preocupados por la nece-

sidad de dar respuesta desde la sociedad civil al problema de la desocupación. La idea básica era formar una asociación civil que fomentara la autogeneración de empleos a través de microemprendimientos. La Red Gesol abarca una gama muy variada de actividades y algunas experiencias no han tenido mucho impacto debido a que no lograron sostenerse en el largo plazo. Sin embargo, la mayoría de los proyectos que surgieron, con el tiempo lograron afianzarse.

Los proyectos de la Red

Uno de los proyectos más interesantes que promueve la Red es el proyecto Gesol Educación. Su objetivo es generar fondos que puedan ser reinvertidos en apoyo escolar dentro de los barrios donde se trabaja, entre otras cosas, con los microemprendimientos. En la sede central de la Red se comenzaron a dictar clases a alumnos particulares, de modo tal, que se obtuvieran los fondos necesarios para sostener económicamente el proyecto educativo en los barrios. Dado que éstos son de bajos recursos y con altos índices de deserción escolar, la ayuda escolar y la capacitación en oficios sirve como doble herramienta: en primer lugar, para otorgar ayuda escolar a aquellos que carecen de ingresos y, en segundo lugar, para formar a los alumnos en oficios relacionados con la producción y el autoempleo.

Dentro de los tópicos que comprenden el apoyo escolar, se pone énfasis en la alfabetización y la terminación del ciclo primario en adultos y en la capacitación de niños en edad escolar para la utilización de herramientas de trabajo. También el proyecto Gesol-Educación incluye talleres muy variados donde se dictan clases de música, actividades prácticas, comunicación gráfica y hasta charlas debates con videos y películas en los cuales se discuten temas que refieren a acontecimientos históricos.

El campo de la salud es otra temática que la Red Gesol viene trabajando en los barrios. Integra campañas de prevención para distintas enfermedades como cólera, dengue, desnutrición infantil, talleres de sexualidad y afectividad y, en especial, campañas de prevención del SIDA. Las primeras campañas de prevención del SIDA motivaron a los integrantes de la Red a crear un proyecto en los barrios carecientes, donde se registran altos índices de esta enfermedad. De ahí nació el Programa LUSIDA promocionado por la misma Red, en el que trabajan hoy médicos, psicólogos sociales, trabajadores sociales y otros profesionales que se encargan de capacitar en los puestos sanitarios de las localidades de San Martín, Hurlingham, Ituzaingó, San Isidro y Mar del Plata.

Además de poner acento en la función de prevenir el SIDA con el

uso de anticonceptivos el programa está orientado a trabajar con enfermos, familiares y parejas. El éxito de este programa al cual debe sumársele los trabajos realizados en la prevención de otras enfermedades, dio lugar a la creación de otro programa paralelo denominado "No somos socios del silencio" que se puso en vigencia a partir de 2000 y tiene características similares al LUSIDA aunque mucho más focalizado hacia las campañas de difusión a la comunidad.

Los emprendimientos productivos

Por otra parte, la Red desarrolla actividades relacionadas con la generación de puestos de trabajo, orientadas a la formación de pequeñas unidades productivas, muchas de ellas dedicadas al sector de servicios. Al tratarse de unidades productivas individuales, muchos microemprendedores no estaban realmente capacitados para formar su propia empresa. Por este motivo se buscó que los participantes conservaran la individualidad de sus empresas pero que se asociaran y armaran redes transitorias o permanentes para la gestión, el asesoramiento contable, jurídico y administrativo, compra de insumos y materias primas, comercialización, etcétera.

Debido a que este proyecto se correspondía con las necesidades concretas de muchos microemprendedores, la Red decidió crear

un “Programa para la Incubación de Empresas” que consiste en desarrollar todas las fases empresariales que van desde su formulación, la posterior obtención de créditos, la organización de la unidad productiva, la utilización de tecnologías apropiadas, la búsqueda de nichos de mercado, hasta la independencia jurídica de la empresa. La primera dificultad que se les presentó a los microemprendedores era que no contaban con mano de obra especializada. Es decir, el Programa de Incubación de Empresas debía articularse con otra iniciativa que contemplara la falta de mano de obra en gran parte de los oficios. Así fue como la Red lo unió con el “Programa de Desarrollo Local”, esta vez destinado a la inserción laboral de desocupados que residieran en los partidos de Ituzaingó, Hurlingham y San Martín.

Además del apoyo a la formación de microempresas, la Red Gesol posee sus propios emprendimientos productivos. Entre los más importantes se encuentra el proyecto “Rombos” que produce insumos para la industria óptica y el proyecto “Reciclaje de material informático”. El proyecto “Rombos” tiene bastante trayectoria dentro de la Red y lleva ese nombre porque lo que se produce son “rombos”, que sirven de insumo para la industria óptica y los compran las industrias que producen y pulen el acetato (plástico para anteojos). En sus inicios, la fabricación de rombos tuvo una serie de

obstáculos que impidieron que se pudiera seguir produciendo, entre otros motivos, por la apertura a la importación en la década pasada. Pero con el nuevo tipo de cambio se pudo volver a trabajar con las industrias ópticas que volvieron a demandar. Si bien este insumo no ocupa un papel esencial dentro de las actividades de la Red, sí representa una fuente de ingresos que sirve para financiar otros proyectos comunitarios.

Otro de los emprendimientos que lleva adelante la Red (uno de los más recientes) consiste en el reciclado de material informático. Debido al aumento de los precios en la mayoría de los insumos del *hardware*, surgió la idea de rearmar y reciclar máquinas viejas, que antes no eran demandadas. Casi todas se consiguen en remates, por ejemplo, de grandes empresas que desean renovar todo su sistema informático y se quieren deshacer de las viejas unidades. Pero también muchas máquinas se fueron consiguiendo a través de donaciones particulares. Una vez que este nicho se fue desarrollando y difundiendo se organizó un convenio con la DINAJU (Dirección Nacional de la Juventud) para fomentar mano de obra sobre la base de los PEC (Planes de Empleo Comunitarios) que son otorgados por la Dirección a jóvenes de entre 18 y 29 años de edad.

El plan comparte la misma metodología con que se implementa

los Planes Jefes/as de hogar ya que los jóvenes cobran \$ 150. De esta manera, se logra fomentar la capacitación en armado de computadoras y a su vez la obtención de un ingreso. Los primeros jóvenes que se integraron a este proyecto pudieron formar parte del plantel que hoy se encarga del reciclado de las computadoras. Por el momento, la Red no cuenta con los fondos suficientes como para proveerles a todos un ingreso adicional. No obstante, la intención es que puedan capacitarse y buscar algún empleo con otro nivel de calificación.

Reflexiones finales

Las posibilidades en el mercado y la economía locales

Muchas de estas experiencias de Economía Social han despertado la idea de que las empresas tradicionales (ya sean empresas capitalistas o empresas públicas) no están en condiciones de resolver gran parte de los problemas relacionados con el desempleo, la falta de distribución de la riqueza, la calidad de vida de las poblaciones marginadas, problemas relacionados con la salud, la vivienda, el analfabetismo, etc. No obstante también hay que decir, que ya existieron, de hecho en la Argentina, organizaciones mutuales y otras asociaciones que buscaban agrupar a los individuos para brin-

darles contención social a través de seguros en accidentes de trabajo y algunos servicios sociales.

La aparición del estado de bienestar a mediados del siglo pasado permitió que dichas organizaciones se convirtieran en formas jurídicas (sindicatos, mutuales) que tendieron a complementarse con la economía mixta entre las empresas públicas y privadas. Con el agotamiento del estado de bienestar a mediados de los setenta, volvieron a aparecer muchos partidarios del neoliberalismo, quienes volcaban toda la confianza en la autorregulación de los mercados como la verdadera solución a los problemas sociales. Actualmente, estos postulados no han logrado encontrar un correlato empírico debido a que se han profundizado las desigualdades sociales, inclusive en países como la Argentina, que habían gozado durante décadas de altos niveles en materia de distribución del ingreso.

Frente a este panorama, las empresas sociales “son capaces de integrar la función económica y la función social, es decir, capaces de crear riqueza con eficiencia económica y distribuirla equitativamente”³. Esta articulación entre las funciones sociales y las económicas se hace más necesaria en una sociedad cada vez más interdependiente. Desde un enfoque sociológico es primordial ob-

³ Monzón, José Luis *La Economía Social: el tercer sector de un nuevo escenario*. Mirta Vuotto Compiladora. Editorial Altamira. Buenos Aires. Julio 2003.

servar que las empresas tengan mayor capacidad de integrar, por ejemplo, el acceso a la vivienda con la generación de ingresos, la creación de oficios con tareas productivas, etc. Sin duda, la complementariedad entre lo social y lo económico existe en gran parte de las organizaciones empresariales, sindicales y entidades públicas. Pero también puede afirmarse que la integración entre las necesidades económicas y las aspiraciones sociales que realizan muchas empresas sociales es, quizá, la más interesante de todas.

Más allá de la importancia que significa considerar la empresa social y su función integradora, éstas deben amoldarse a ciertas reglas de juego que operan en el mercado. En última instancia, si las empresas quieren ser económicamente sustentables están obligadas a intercambiar lo que producen con otras empresas convencionales que se encuentran ubicadas en el mercado. De allí surge entonces el objetivo de este artículo en poder explorar las estrategias utilizadas para insertarse y complementar sus actividades productivas con empresas que persigan otra finalidad. En cierta medida, tal objetivo fue un “cuello de botella” para muchas empresas sociales que fueron analizadas en este trabajo. Se pudo constatar la dificultad que cada una de ellas tuvo a la hora de convertir los proyectos productivos en excedentes reales. Seguramente aquellas que tienen mayor trayec-

toria como es el caso de Fundapaz o MAMA contaban con una estructura que les permitió ir saliendo de esos “cuellos de botella”.

Para las empresas que tienen menor trayectoria, la inserción dentro de la economía local también fue bastante dificultosa. Algunas de ellas encontraron nichos como el caso de la Red Gesol que armó un proyecto de reciclaje de material informático. Hasta hace unos años atrás era impensable buscar excedentes dentro de este rubro, ya que las importaciones de materiales informáticos nuevos eran verdaderamente accesibles y casi no había diferencias entre reparar equipos de *hardware* y comprarlos nuevos. También fue complicada para los integrantes del Puente Verde la tarea de producir flores y productos orgánicos y luego comercializarlos al público. A pesar de que la trayectoria de esta empresa social es corta, los logros obtenidos son significativos si se considera que tan sólo cuenta con un predio de cuatro hectáreas y media, sin poder equipararse con las empresas que poseen un número considerablemente mayor.

La venta de revistas en la vía pública también fue un desafío. En primer lugar, porque significaba competir en la venta pública con muchas revistas de interés general que gozan de mayor difusión. En segundo lugar, porque los vendedores de *HBA* se encargan de

distribuir su propia revista en puntos clave de circulación mientras el resto de las revistas se pueden conseguir con mayor facilidad en los puestos tradicionales que se encuentran en todas las estaciones de trenes, ómnibus, de subte y otros puntos de fluida circulación. En este caso, el “cuello de botella” se encontraba en la respuesta que la gente tendría sobre la venta en la vía pública de *HBA*.

Desde que la publicación sale a la venta, ha enfrentado una serie de obstáculos, sobre todo con la venta en la calle: muchos vendedores no se encontraban en condiciones de trabajar (por ebriedad o mendicidad) y también surgieron inconvenientes cuando algunos fueron víctimas del abuso policial. Todas estas cuestiones reflejan que muchas personas ignoran de qué se trata *HBA* y cuál es su finalidad como empresa social. A pesar de que estos inconvenientes se siguen suscitando, la revista *HBA* va ganando poco a poco mayor repercusión, inclusive en algunos medios de comunicación.

La importancia en otras instituciones

Finalmente, cabe resaltar que el recorrido institucional de estas empresas sociales parece estar obstruido en muchos espacios e instituciones que no las han considerado como áreas de interés. En primer lugar, rara vez han sido objeto de planificación y políticas pú-

blicas en estos últimos años. Como fue dicho al comienzo del trabajo, la intervención del estado fue casi nula. Es decir que se trató antes que nada, de una iniciativa de la sociedad civil, de los sectores y grupos sociales que tuvieron que desplegar una serie de estrategias de supervivencia frente a la crisis ocupacional.

El objetivo es que estas experiencias sigan manteniéndose desde la propia sociedad civil, que es la que les ha dado impulso. Pero también debe tenerse en cuenta que el desempeño de estas organizaciones requiere en gran medida de la posibilidad que tengan para integrarse dentro del marco de las políticas públicas nacionales. Si desde las instituciones públicas no se toma en cuenta las potencialidades de estas empresas sociales, difícilmente puedan encontrar nuevos espacios y oportunidades para su desarrollo.

En tal sentido, la única posibilidad que les quedaría es replegarse en pequeños nichos económicos, donde la mayoría de los capitales no deciden invertir. De este modo, estas nuevas economías pasarían a convertirse en simples economías de subsistencia, destinadas simplemente al “consumo de los pobres”. La función de las políticas orientadas en este sentido, sólo sería subsidiar los proyectos de estas instituciones que no tendrían ninguna capacidad de generar recursos genuinos. Por lo

contrario, el rol de las instituciones públicas debe orientarse a capitalizar los resultados que han obtenido gran parte de estas empresas sociales para colaborar en su posterior desempeño.

Pero no sólo hay que focalizarse en las políticas públicas, también el ambiente académico (y en especial el ámbito de las ciencias sociales) debe replantearse la riqueza de estas experiencias en materia de análisis e investigación. La problemática del desem-

pleo, la falta de asignación de los recursos, el aumento en la brecha que divide ricos y pobres, el empobrecimiento de la clase media, son temas que están estrechamente vinculados con las potencialidades de dichos emprendimientos, pero además demuestran la desactualización de muchas teorías y metodologías que se han vuelto obsoletas para comprender estos fenómenos. Queda entonces, un campo de aplicación e investigación muy rico para ser

tenido en cuenta y que puede aportar nuevas herramientas conceptuales a las ciencias sociales.

Bibliografía

Beccaria, Luis "Empleo, remuneraciones y diferenciación social en el último cuarto del siglo XX".

Bonasso, Miguel 2002, *El palacio y la calle*, Planeta, Buenos Aires.

Bonnet, Alberto R "La crisis de la convertibilidad".

Coraggio, José Luis "La Economía Social como vía para el desarrollo social". *Revista URBARED*.

Espinosa Rico, Miguel Antonio 2000, "Economía Popular Urbana". *Revista URBARED*. Noviembre.

Levesque, Benoit 2003, "Las empresas de la Economía Social ¿generan mayores innovaciones sociales que las empresas de otro tipo?". En *Economía Social*. Mirta Vuotto Compiladora. Altamira. Buenos Aires. Julio.

Lozano, Claudio 2002, *Boletín CTA* 23/02.

Monzón, José Luis 2003, "La Economía Social: el tercer sector de un nuevo escenario". En *Economía Social*. Mirta Vuotto Compiladora. Altamira. Buenos Aires. Julio.

Revista *Hecho en Buenos Aires*. Nº35. Buenos Aires. 2003.

Revista *Hecho en Buenos Aires*. Nº36. Buenos Aires. 2003.



Testimonio

La novia de Buenos Aires*

Virginia Feinmann

Se llama María Azul, pero le dicen “Lauchita” (“por lo chiquita y flaca”) y a ella le gusta. Tiene 84 años. “Soy de Piscis. Jodida. Vieja como el viento, pero fuerte. El viento es viejo ... pero cómo sacude las ramas!”**

“Antes trabajaba de limpieza, pero Jorge (Martinelli) me ofreció vender la revista. Tuve miedo. Pensé: estoy vieja, no tengo ganas de caminar. Y perdí tres meses. Ahora me da tanta rabia que trato de recuperarlos vendiendo hasta las 3, 4 de la mañana. Pero nunca los voy a recuperar ¡porque siempre van a ser tres meses menos!!” -se ríe “Lauchita” mientras recuerda sus comienzos como vendedora de HBA (Hecho en Buenos Aires), hace ya tres años y pico.

Se llama María Azul, pero le dicen “Lauchita” (“por lo chiquita y flaca”) y a ella le gusta. Tiene 84

años. “Soy de Piscis. Jodida. Vieja como el viento, pero fuerte. El viento es viejo...pero cómo sacude las ramas!”.

Tiene una gorrita con visera, el pelo rubio-canoso atado en una colita, y tres pulóveres puestos uno sobre otro. Livianitos, para caminar, pero bien abrigados. Sobre el último, su credencial de HBA y un cascabel dorado a manera de collar. En su parada, en la esquina del bar Medio y Medio de San Telmo, todos la saludan con cariño y reverencias. Lauchita se mantiene gracias a su trabajo con la revista. “Los viernes y sábados vendo entre 30 y 40 revistas; los

* RE publica este reportaje como adhesión al 4º aniversario de *Hecho en Buenos Aires*.

** Vendedora de *Hecho en Buenos Aires*. Testimonio publicado en *HBA*, Año 4, Nº 47, julio 2004

domingos 15, 20, ¡pero me los gano, eh! A veces me dicen: “abuela, le dijimos que no” y yo les contesto: está bien, sólo me quedaba a esperar la sonrisa. Ahí se ablandan y me compran todos” -cuenta divertida-. “O si están almorzando les digo: coman liviano, que después les agarra modorra y tienen que ir a laburar. Y me compran”.

Ud se parece a Tita Merello...

Ah, sí. Siempre me lo dicen. No sé, yo estoy muy actualizada. Las viejitas de antes eran boludas, pero las de ahora no. A veces reflexiona sobre lo que le toca: “pienso mucho en las cosas que me pasaron, en que estoy sola. Ahora tendría que estar mirando la tele, con Pepito mi esposo (que murió hace 16 años), mi matecito y mi tejido. Y estar en la calle hasta las 2, 3... es la necesidad, porque con la jubilación no llego a nada”. Pero se recompone: “vender HBA me alegra. Me sirve la plata y me sirve de terapia, me distraigo”.

En su encuentro diario con la gente conoció a un poeta, o un poeta la conoció a ella y le dedicó “Lauchita”: “Motor de 84 años, los semáforos se ponen verdes para verte pasar, sos la novia de la ciudad”, recita ella de memoria la poesía hecha a medida, con orgullo, con cariño.

“Qué lástima que no te la traje. Es un gran poeta. Hace unos me-

ses lo vi y le dije: tenés que hacerle una poesía a los gorriones, que son más porteños que nosotros!. Me dijo que sí. Yo ya le di el título: “Porteños”.

Anda en patines y en bicicleta. Tiene un monopatín del año 1929 que se ganó en un concurso. Así vende a veces la revista. Cuando le compran hace sonar el casca-bel sobre su pecho.

Agradece a HBA por el Colectivo de Salud (una unidad móvil que brinda atención primaria a las personas en situación de calle): “es una gran cosa que han puesto allí. Me enteré que tenía parásitos y me dieron unas pastillas. Me enteré que no tengo diabetes, de colesterol tengo 115, normal, y presión de 5 a 11, que es un poco bajita, pero mejor menos que más”.

¿Cómo hace para estar tan bien a los 84?

Mirá, yo cuando voy en bicicleta tengo un lema. Antes me insultaban desde los autos. Entonces me puse un cartel en la espalda: “GUERRA A LA VEJEZ ¡SONRÍA!”; y ahora me dicen “¡Vamos abuela todavía! Así que la cuestión es que, dentro de todo, la revista me trae mucha alegría, momentos lindos. Y ahora dejemos porque tengo que ir a vender, -se despide, y va en busca de esos tres meses que siempre están más allá-. •