

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

Mercado de la estepa Quimey Piuké. Su proceso de institucionalización.

Lina Amat y Hernán Mariano Gargiulo.

Cita:

Lina Amat y Hernán Mariano Gargiulo (2009). *Mercado de la estepa Quimey Piuké. Su proceso de institucionalización. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/1402>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/evbW/W1F>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

Mercado de la estepa Quimey Piuké

Su proceso de institucionalización

Lina AMAT

Lic. en Letras (UCA)

Surcos Patagónicos, Mercado de la Estepa.

liniamat@yahoo.com.ar

Hernán Mariano GARGIULO

Abogado (UBA)

Surcos Patagónicos, Mercado de la Estepa

gargiulo@verace.com.ar

I.- A MANERA DE PRÓLOGO

En el presente trabajo nos proponemos relatar la experiencia del proceso de institucionalización del Mercado de la Estepa Quimey Piukéⁱ (en adelante “el Mercado”).

Hemos asumido la tarea de sistematizar y relatar esta experiencia por:

- (i) El vínculo afectivo con el proyecto y sus sujetos individuales y colectivos;
- (ii) El compromiso personal en el acompañamiento de este proceso de institucionalización; y

ⁱ “Buen Corazón” en lengua Mapuche

(iii) Porque tenemos la convicción de que es una experiencia que puede contribuir al debate de la construcción, el estado y el desarrollo de las organizaciones de la Economía Social.

II.- ¿QUÉ ES EL MERCADO DE LA ESTEPA QUIMEY PIUKÉ?

El Mercado es una organización conformada por más de 280 artesanos y pequeños productores rurales y suburbanos del departamento Pilcaniyeu y la Línea Sur en la Provincia de Río Negro, Patagonia Argentina.

La “Línea Sur” es una región que por sus características productivas constituye un área marginal dentro del desarrollo económico de la provincia. Se construye a partir de las vías del ferrocarril y la ruta provincial N° 23 -hasta ahora de ripio- como ejes que relacionan un conjunto de pequeños asentamientos poblacionales. A su vez, los parajes alejados de las vías principales se comunican por caminos internos (huellas) de ripio de difícil transitabilidad e inhabilitados en época invernal. Por esta razón el andar a pie o a caballo suelen ser la forma más habitual de traslado de los pobladores. Esta situación de aislamiento marca todos los procesos de la vida de las familias: provisión de alimentos, salud, educación, venta de la producción familiarⁱⁱ mediante la presencia del “mercachifle” (personaje que recorre pueblos y parajes comprando a precios irrisorios la producción familiar, pero que en muchos casos representa la única vinculación de los productores rurales con el mercado). En esta región el rol de la mujer se encuentra signado por características culturales que la relegan al interior de la vida doméstica y desvalorizan su trabajo, al tiempo que sus saberes ancestrales en muchos casos han debido ser retraídos como estrategia de supervivencia ante la discriminación.

En este contexto surge el Mercado como una organización que ha nacido desde adentro y desde abajo. En 1999 un grupo de productores y artesanos se reúne a la vera de la ruta 237

ⁱⁱ Zubizarreta, J. L.; 2007; Caracterización de los sistemas campesinos desde un enfoque artesanal textil, provincia de Río Negro; tesis de Maestría en Agroecología, Universidad Internacional de Andalucía), en http://www.tau.org.ar/upload/89f0c2b656ca02ff45ef61a4f2e5bf24/Sistematizaci_n_de_la_Experiencia_del_Mercado_de_la_Esteba_2.pdf

(actual 40), en Dina Huapi, a 20 kms. de Bariloche, para intentar comercializar sus productos y a partir de allí se desarrolla un lento proceso de organización acompañado por la Asociación Civil Surcos Patagónicos, contando posteriormente con el apoyo del Programa Social Agropecuario y el INTA, entre otras organizaciones.

Ese lento proceso de organización, de convocatoria, de convencimiento y de incorporación de los productores y artesanos (mujeres en más del 95 % de los casos), se llevó adelante mediante un intenso intercambio de criterios y propuestas, con la dinámica propia de las relaciones sociales de la región, mientras se gestionaba un terreno y los recursos para construir un salón para albergar la actividad del Mercado.

En diciembre de 2003, se inaugura finalmente el local del Mercado y a partir de allí comienza formalmente el proceso de comercialización conjunta de los productos y artesanías elaborados por los integrantes de la organización, consolidando dos de las características basales del Mercado:

(i) los productos elaborados por cada artesano o productor en su paraje, son comercializados en el local de la organización en forma directa y rotativa por los propios productores y artesanos. Cada productor ofrece y vende rotativamente los productos de todos los miembros de la organización, en igualdad de condiciones de oferta y exposición. Esta dinámica favorece el compromiso colectivo con la organización (el Mercado no es un medio para que cada productor llegue en forma individual a ofrecer sus productos a los consumidores, como en las ferias) y permite una relación directa entre productor y consumidor, espacio en el que se da un interesante momento de aprendizaje de diseños, colores, etc., que no reemplaza las instancias de capacitación pero ajusta las opiniones del productor al entrar en contacto con los consumidores.

(ii) los precios de los productos son fijados exclusivamente por su productor.

En la fijación del precio no existe intervención alguna por parte de la organización, siendo el propio artesano quien establece el valor de su producto, evaluando el tiempo y el esfuerzo personal y material que le implicó la elaboración, considerando también las

condiciones del mercado ya que su presencia rotativa en el local le permite entrar en contacto directo con los clientes y con productos similares de otros miembros de la organización.

Periódicamente o cuando el clima y las distancias lo permiten, el representante de cada paraje recibe el dinero por las ventas de los productores de su comunidad y se los entrega una vez de regreso en el paraje. Para el sostenimiento del local los artesanos destinan el 10 % de la venta de sus productos, criterio fijado por ellos mismos en un reglamento de comercialización que regula la actividad del Mercado desde sus inicios. Regularmente se llevan a cabo reuniones en cada paraje para evaluar la dinámica del grupo, sus dificultades y aprendizajes; así como para ajustar cuestiones de funcionamiento. En algunas comunidades los productores decidieron destinar, adicionalmente, un 5 % de las ventas o una suma fija para solventar los viajes desde el paraje hasta el local del Mercado, destinado a quienes les toca viajar para atender.

Con su participación en el Mercado muchas mujeres pobladoras de la Línea Sur han podido modificar ese destino de sometimiento y marginación al que parecían signadas. Ha representado modificaciones (i) en su capacidad productiva: han intercambiado experiencias con pares y recibido opiniones de sus clientes y han recibido capacitaciones tanto de carácter técnico/productivo como otras sobre economía social, historia, organización, etc.; (ii) en su capacidad económica: disponen de su propia fuente de ingresos a los valores que ellas consideran justos, contribuyendo al sostenimiento familiar y rompiendo la relación de dependencia del “mercachifle”; (iii) en su valoración personal: los productos diseñados y realizados por ellas encuentran un destino en el mercado y son revalorizados sus saberes ancestrales como elementos distintivos de sus productos, lo que motiva y reinstala la transmisión de dicho acervo cultural a las nuevas generaciones; y (iv) en su vida social: han podido relacionarse con sus pares, intercambiar experiencias, historias de vida y desde allí favorecer la organización comunitaria para otras cuestiones de la vida cotidiana.

Todas estas cuestiones se ven reflejadas en un sistema de nuevos vínculos basados en otros valores (cooperación, solidaridad, confianza, puesta en común de saberes propios,

vocación transformadora) que condicionan, caracterizan y definen (i) las relaciones internas de los miembros del Mercado de la Estepa Quimey Piuké; (ii) su encuadramiento y adhesión al mundo de la economía social y su ruptura con el modelo social y de producción capitalista y (iii) sus características de organización y posterior institucionalización que es lo que pretendemos destacar en este trabajoⁱⁱⁱ.

III.- EL PROCESO DE INSTITUCIONALIZACIÓN POSTERIOR A LA ORGANIZACIÓN.

Vemos con frecuencia que muchas instituciones surgen a partir de la conformación inicial de un mínimo núcleo de personas que comparten una idea (a veces ese núcleo se reduce a uno o dos y se utiliza a amigos y familiares para cumplir las formalidades de cargos requeridos por la normativa), quienes deciden la constitución e inscripción de una persona jurídica como herramienta para llevar adelante dicha idea, adoptan un “estatuto tipo” (generalmente ya preestablecido por los organismos que otorgan la autorización estatal para funcionar) y gestionan dicho trámite. Finalmente, con la nueva persona jurídica autorizada para funcionar, comienzan a desarrollar el proyecto que los convocó, el que muchas veces, gracias al carisma, esfuerzo y compromiso de este núcleo fundador, se transforma en una organización social.

En el caso del Mercado, el proceso se ha dado de manera totalmente inversa. Como reseñábamos inicialmente el proceso de organización del Mercado se inició en 1999 y en el año 2003 tenía su propio local funcionando; sin embargo recién en el año 2007, a partir del nivel de consolidación alcanzado por la organización, se planteó su institucionalización.

ⁱⁱⁱ Estos nuevos vínculos se encuadran en la construcción de una nueva sociedad, como propone Coraggio “... hay que plantear otro proyecto civilizatorio que incluye como componentes necesarios otras formas de organizar el trabajo, la naturaleza y el dinero, formas que sean directamente sociales y políticas y no meramente mercantiles y basadas en la propiedad privada.” Coraggio, JL Sobre la sostenibilidad de los emprendimientos mercantiles de la economía social y solidaria, en [http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Sobre_la_sostenibilidad\(PlanFenix\).doc](http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Sobre_la_sostenibilidad(PlanFenix).doc)

A estos fines en enero de 2007 se organizó una primera reunión para abrir un proceso de debate y reflexión, teniendo en cuenta las cuestiones que se debían considerar al momento de institucionalizar el Mercado. En ese encuentro se planteó una analogía entre este proceso y la gestación, embarazo, nacimiento y posterior obtención de documentos de un niño, que las artesanas sintieron muy cercana: *“había que hacerle los documentos a esta persona que había nacido (el Mercado de la Estepa), pero los documentos no creaban la persona, la persona existía con o sin documentos; solamente que con los documentos el Estado reconocería su existencia (igual que cuando ellas inscribían a sus hijos)”*. Esta analogía se transformó luego en una idea fuerza en el proceso de reflexión en torno a la institucionalización y en un imperativo a la hora de la redacción de los instrumentos funcionales de la organización.

A partir de allí se abrió un proceso de talleres que periódicamente se iban realizando en diferentes comunidades de la estepa patagónica a lo largo de todo un año, con un enorme esfuerzo humano y material para poder garantizar la participación desde lugares distantes y aislados, con el único fin de capacitar, reflexionar y debatir en torno a la decisión de institucionalizar el Mercado. En dichos talleres se intercambiaban experiencias, se capacitaba en torno a las diversas formas asociativas (comerciales y no comerciales), a los compromisos y beneficios que acarrea la institucionalización y se reflexionaba y sistematizaban las prácticas concretas de la organización para que quedaran expresadas en el futuro estatuto. Eran verdaderas instancias de descubrimiento de las propias potencialidades de las artesanas, de sus posibilidades de participar, de su capacidad para alcanzar acuerdos colectivos, de decidir y hacerse responsables de su propio desarrollo.

Finalmente en Noviembre de 2007 se realizó otro taller para que todo ese proceso de reflexión y debate que se había abierto en Enero, se expresara en los documentos normativos de la nueva persona jurídica. Allí se decidió que el Mercado se institucionalizaría bajo la forma de una Asociación Civil y se fijaron las pautas para la redacción del estatuto.

Como notas distintivas se establecieron entre los propósitos de la nueva asociación: (a) promover la integración y comunicación entre los productores de los distintos parajes que

integran el Mercado, en un marco de respeto, dignidad e igualdad; (b) fortalecer la economía familiar y mejorar la calidad de vida de los artesanos; (c) promover alternativas de comercialización de los productos elaborados por los asociados del Mercado, en el marco de la Economía Social, respetando los precios fijados por ellos; (d) revalorizar las raíces y valores culturales de cada comunidad, para que cada producto exprese las características culturales de esa comunidad y (d) desarrollar tareas de representación colectiva de sus asociados.

También se decidió que podrían ser socios tanto personas físicas como personas jurídicas, lo que permitiría la integración al Mercado de organizaciones de productores (vgr. Cooperativas preexistentes). Se fijó como condición para ser socio elaborar sus productos a través del trabajo personal, partiendo de elementos propios de la región y siguiendo las costumbres y técnicas que expresen sus tradiciones culturales.

Finalmente se fijó un criterio que resultó fundamental en la experiencia organizativa del Mercado y que constituiría un importante desafío en este proceso de institucionalización: Como ya quedara planteado, la experiencia de los integrantes del Mercado en torno a la toma de decisiones ha estado marcada por el respeto a la participación y opinión de todos los integrantes, pero atravesada de manera troncal por la fuerte dispersión geográfica de los parajes que lo integran. Por esta razón la forma organizativa adoptada para la toma de decisiones consistía en la elección por medio de los productores de cada paraje de dos representantes, que llevaban al Mercado la voz de los artesanos de dicho paraje; adoptándose las decisiones por medio de un sistema de simple mayoría de votos de los representantes.

De este modo no sólo se garantizaba escuchar la opinión de todos los productores, expresada a través de sus representantes (sin menoscabo a la participación en base a la dispersión geográfica); sino que fundamentalmente se garantizaba la efectividad de una participación genuína, en tanto a los parajes menos poblados no le serían impuestas decisiones por aquellos con más asociados. Esto permitió no sólo el crecimiento y la integración de cada vez más productores de diferentes parajes, sino que además generó un clima de respeto con relación a la opinión de los representantes de todos los parajes, por

pequeños que fueran, ya que su voto resultaba de vital importancia a la hora de tomar decisiones.

En el taller de Noviembre de 2007, los productores fijaron con absoluta claridad que cualquier forma institucional que se adoptara debía respetar este sistema de funcionamiento. Sin embargo en el ámbito de la Provincia de Río Negro estaba vigente la resolución 425/2002 que prohibía el voto en las Asambleas a través de representantes, debiendo ser ejercido exclusivamente en forma personal.

Esto atentaba contra la decisión de los productores y si se pretendía que el nuevo estatuto social no fuera letra muerta y las asambleas no se convirtieran en una ficción, se debía lograr que el Estado provincial aceptara un estatuto social que permitiera la conformación de una Asamblea de Representantes.

Luego de algunas reuniones con los abogados de la delegación de Personas Jurídicas de Bariloche, quienes –en consonancia con la normativa vigente- planteaban la imposibilidad de acceder a ello, se decidió efectuar una presentación formal ante la Dirección de Personas Jurídicas de la Provincia planteando la cuestión.

Se sostuvo allí que si bien el sistema de toma de decisiones del Mercado no coincidía con el propuesto por ese organismo, no existía en la normativa de rango superior un impedimento para su adopción. Se argumentó que el Código Civil al regular dicha materia no establecía dicha limitación^{iv} y que en consecuencia, no era posible instaurarla mediante una normativa provincial como la res. 425/2002. Se citó a la doctrina especializada que compartía esa posición^v y se invocó que en otras formas asociativas de posterior recepción legislativa al Código Civil había sido admitido^{vi}.

^{iv} “Los derechos respectivos de los miembros de una asociación con el carácter de persona jurídica, son reglados por el contrato, por el objeto de la asociación, o por las disposiciones de sus estatutos”. Código Civil, art. 40.

^v “Todo asociado, por su carácter de tal, está en principio facultado para participar en las reuniones del órgano deliberativo. Esta facultad puede hallarse condicionada por la cantidad de socios (cuando la entidad es muy numerosa las asambleas se pueden celebrar con “delegados” designados para tal fin) (...) Por otra parte, el estatuto puede excluir del derecho a voto a determinados miembros (por ejemplo, menores de edad, suspendidos, deudores de cuotas sociales, etc.), o puede suceder que la asamblea se forme con representantes de los asociados elegidos para constituirlos; así sucede en instituciones que tienen muchos asociados, lo que

En definitiva se aseveró que mediante la conformación de una Asamblea de representantes, se estaba garantizando: (a) La continuidad de un sistema histórico de toma de decisiones que la organización ya se había dado y que por siete años había venido acreditando su eficacia; (b) La participación de todos los asociados, aún los de los parajes más alejados, ya que no se condicionaba la participación al traslado de todos los asociados de dicho paraje, sino exclusivamente a la de sus representantes; (c) La igualdad de todos los parajes en las tomas de decisiones, evitando que el paraje donde se lleve a cabo el acto asambleario o aquel que cuente con mayor número de asociados reemplace la voluntad social (conformada por el conjunto de los miembros) imponiendo la voluntad de una mayoría circunstancial y no representativa del conjunto de la asociación.

Dicha presentación recibió un dictamen favorable de la Delegación Bariloche y fue girado a Viedma, sede central de Personas Jurídicas, para su decisión. Allí nuevamente se defendió en forma personal el proyecto y posteriormente *la Dirección Provincial de Personas Jurídicas aceptó nuestra propuesta de organización, dejando de lado la aún vigente resolución 425/2002*^{vii}.

Finalmente en el mes de Febrero de 2008 tuvo lugar la asamblea constitutiva de la Asociación Civil Mercado de la Estepa Quimey Piuké, que adoptó un Estatuto Social que prevé que las Asambleas se conformarán con dos representantes de cada paraje y que para garantizar también el principio de representatividad por cantidad de asociados se estableció que las comunidades que posean más de treinta socios tendrán derecho a elegir un representante adicional por cada diez socios que excedan de los treinta iniciales. Se estableció además que todos los socios tendrán derecho de participar en la

dificultaría el funcionamiento del órgano.” en Crovi, L. (2006) Régimen legal de las asociaciones civiles. Buenos Aires, Lexis Nexis, pp. 81 y 89.

^{vi} Ley 20.337 de Cooperativas, Artículo 50; Ley 20.321 de Mutuales, Artículo 26; Ley 23.551 de Asociaciones Sindicales, Artículo 19; Ley 23.187 de Colegiación de Abogados, Artículo 24.

^{vii} “Esta sentencia no significa que debemos prescindir de decisiones técnicas. ... Nuestra hipótesis de trabajo en ese sentido es que en el contexto de una cultura predominantemente individualista, el correcto desarrollo de un emprendimiento solidario necesita de reglas de funcionamiento que promuevan el comportamiento solidario y obstaculicen el comportamiento egoísta.” Guerra, P. La crisis financiera global. Algunas pistas para nuestros militantes de la economía solidaria, en <http://www.lebret-irfed.org/spip.php?article301>

Asamblea y expresar en ella libremente sus ideas y opiniones; sin embargo, sólo tendrán derecho a votar los representantes elegidos por cada una de las comunidades. Se incluyó también que las asambleas serían realizadas cada año en un paraje diferente de manera rotativa.

Este estatuto fue presentado a la Dirección de Personas Jurídicas de Río Negro y obtuvo el visado administrativo para funcionar, sin merecer objeciones a esta forma de representación.

IV.- A MODO DE CONCLUSIÓN

La experiencia relatada se distingue por dos condiciones que la caracterizan:

- (a) El proceso de organización del Mercado como camino colectivo y su relación con su proceso de institucionalización, y
- (b) el condicionante que significó para el proceso de institucionalización dicha experiencia organizativa y su oposición a determinadas exigencias estatales/normativas; lo que impulsó el desafío de encontrar una articulación de esos dos elementos en un proceso de diálogo-negociación con el Estado, que no implicara:
 - (b.1) ni la marginación de la organización respecto de su relación con el Estado, como condición para mantener su idiosincrasia (AISLAMIENTO);
 - (b.2) ni la desarticulación de cuestiones vitales en la organización con el único fin de obtener el visado estatal (INTEGRACIÓN).

Esta experiencia de interpelación a lo establecido (en este caso la normativa que rige el funcionamiento de las asociaciones civiles en Río Negro) se enmarca en una decisión de interacción-ruptura con el sistema institucional-económico-social dominante, precaución vigente para evitar ser funcional a ese modelo. El caso relatado expresa un posicionamiento frente a lo establecido desde la tozudez de la defensa de la propia construcción alternativa, aunque ello no constituya el camino más sencillo, rápido y “eficiente”.

Evidentemente no resuelve la tensión entre integración y ruptura, sino constituye sólo una expresión concreta de la presencia de esa tensión a la hora de tomar decisiones y del esfuerzo que dicha tensión demanda^{viii}, en un constante proceso de revisión, reflexión y debate de las prácticas de las organizaciones de la Economía Social.

Representa un desafío para estas organizaciones que se construyen a partir de las posibilidades infinitas de producción inmaterial que da el encuentro con el otro, la socialización de los afectos, el aprendizaje para articular diferencias y conflictos a través de prácticas fraternas, lo cual se manifiesta en otro sistema de valores y de vínculos entre sus integrantes^{ix}, se exprese también en los niveles de la conciencia y del discurso de sus miembros y de la organización.

^{viii}...ese desarrollo no es automático ni está determinado, sino que depende de cómo usamos nuestra libertad para elegir los modos de organización y de relación social que propicien tal evolución. Insiste igualmente que una economía centrada en el trabajo humano, el saber y la creatividad tiene el potencial de suplantarse a la economía centrada en el capital y el crecimiento material ilimitado.” Arruda, M. INTERCAMBIANDO VISIONES SOBRE UNA ECONOMÍA RESPONSABLE, PLURAL Y SOLIDARIA, en http://www.economiasolidaria.org/files/Economia_Solidaria_Marcos_Arruda.pdf

^{ix} “En tales intercambios entre sus integrantes, como también en los intercambios que estos establezcan con los del mercado general, podrá manifestarse la racionalidad diferente que las caracteriza, en cuanto actúen y se relacionen manteniendo sus principios, sus valores, su ética y sus modos propios de comportarse.” Razeto L., Un análisis alternativo de la actual crisis económica global y sus vías de superación en <http://www.revistapolis.cl/polis%20final/21/art09.htm>