



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

La construcción de redes de comunicación en organizaciones autogestivas desde la comunicación comunitaria

Lisandro Benjamin Moreno y Cynthia Stefania Zorrilla

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

La construcción de redes de comunicación en organizaciones autogestivas desde la comunicación comunitaria

Lisandro Benjamin Moreno

munimoreno1@gmail.com

Cynthia Stefania Zorrilla¹

zorrillacin@gmail.com

Departamento de Comunicación Social
Facultad de Ciencias Humanas
Universidad Nacional de La Pampa
Argentina

Resumen

En América Latina se consolidaron, hacia fines del último cuarto del siglo XX y XXI, diversos procesos de liberalización de la economía. Este período conocido como "neoliberalismo" ha dejado un saldo negativo en muchos aspectos. Una de las

¹ Zorrilla Cynthia Stefania: Becaria de Iniciación en Investigación, aprobado por resolución N° 013/16 del Consejo Superior de la Universidad Nacional de La Pampa.

La beca de iniciación en investigación se desprende del proyecto de investigación "Título: "La construcción de redes de comunicación en organizaciones autogestivas desde la comunicación comunitaria" aprobado por resolución 138/15 del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas de la UNLPam dirigido por Lía Norverto.

Asimismo, todo ello se desprende de la Acción de Extensión Universitaria llamada "Del murmullo a la palabra: FECOPA alza la voz" aprobada por Resolución n° 444/15 del Consejo Superior de la Universidad Nacional de La Pampa (enmarcada a su vez en el proyecto de investigación mencionado)

problemáticas causadas tiene que ver con el trabajo: disminución del empleo, precariedad laboral, subocupación, entre otros. Uno de los efectos ante el cierre de empresas y disminución de empleos fue el surgimiento de nuevas formas de organización de los trabajadores/as: cooperativas autogestionarias y asociativismo. Argentina no es un caso ajeno. A partir del 2002 se crearon muchas entidades afines a la economía social y solidaria, el trabajo autogestivo y el asociativismo. La mayoría de estas iniciativas son de personas excluidas de la propiedad de los medios de producción y distribución.

Este proceso social, político, cultural y económico se corresponde con un aspecto comunicativo. De esta manera, el presente trabajo busca analizar, por medio de la corriente comunitaria, la comunicación como herramienta de articulación entre los/as trabajadores/as que forman parte de la economía social y solidaria.

De acuerdo con ello, es importante ver a la comunicación como un proceso dentro de esas formas de organización por medio de las cuales se construyen sentidos y significados elaborados por los/as trabajadores/as. Asimismo, hay que prestarle debida atención a los vínculos generados, a las interacciones, los intercambios y promoción de las diferentes acciones del sector. De esta forma es que comienzan a cruzarse la comunicación y los espacios comunitarios.

Este proceso dinámico de interacciones muestra que entre estas organizaciones se han construido redes que las atraviesan constantemente. Un proceso complejo de configuración entre la unidad y la diversidad, la estabilidad y el cambio, la autonomía y la ligadura, lo individual y el sistema, que requiere también el propósito de hacerlo de forma productiva, para bien colectivo y cada uno/a de sus integrantes.

Esta articulación es importante para la construcción y fortalecimiento del campo de la economía social y solidaria y la comunicación comunitaria. Así como también a sus propuestas justas, solidarias e integradoras.

Introducción

En América Latina se consolidaron, hacia fines del último cuarto del siglo XX y XXI, diversos procesos de liberalización de la economía. Este período conocido como "neoliberalismo" ha dejado un saldo negativo en muchos aspectos. Una de las problemáticas causadas tiene que ver con el trabajo: disminución del empleo, precariedad laboral, subocupación, entre otros. Uno de los efectos ante el cierre de empresas y disminución de empleos fue el surgimiento de nuevas formas de organización de los trabajadores/as: cooperativas autogestionarias y asociativismo.

En Argentina, a partir del 2002 se crearon muchas vinculadas a la economía social y solidaria, el trabajo autogestivo y el asociativismo. La mayoría de estas iniciativas son de personas excluidas de la propiedad de los medios de producción y distribución. Asimismo, constituyó un proceso de abandono parcial de la dirección capitalista de la producción, expresado en quiebras, cierres de fábricas y otras modalidades" (Rebón, 2004:1).

Entendemos por Economía Social y Solidaria a aquella que pone el eje en los seres humanos y sus relaciones en lugar de la lógica del capital. Es social debido a que está orientada a producir, de forma colectiva, valores de uso que satisfagan las necesidades de los mismos productores o sus comunidades. Esta producción no se encuentra orientada por la ganancia ni la acumulación sin límites.

Así, dentro de esta "otra economía" el desarrollo de los/as trabajadores/as se ve favorecido por la acción colectiva. Son ellos/as gestores de la producción y reproducción por lo que se asocian libremente. Por ello se encuentran subordinados a la autoridad del capital.

Es necesario destacar que entenderemos a la autogestión como "un modelo de organización de ciertas actividades sociales, en el cual las decisiones de conducción son adoptadas por las personas que participan de las mismas" (Di Tella, 2006). Dentro de este modelo de organización se eliminan las jerarquías al interior y se adquiere autonomía frente a los poderes externos.

También se puede definir a las empresas autogestionadas como aquellas que no tienen patrón y en donde "las funciones de patrones y gerentes son desempeñadas por el conjunto de trabajadores a través de una organización democrática de la gestión, en donde las responsabilidades y las tareas se distribuyen de acuerdo a los criterios fijados por el conjunto" (Ruggeri, Wertheimer, Galeazzi y Garcia, 2012). Es interesante trabajar con este sector porque, como afirma Coraggio (2002), "esta vertiente ve la posibilidad de desarrollar una socio-economía, en que los agentes económicos no son escindidos de sus identidades sociales, mucho menos de su historia y de su incrustación en el mundo simbólico e institucional que denominamos cultura. Al ver la economía como inseparable de la cultura, la economía social la mira como espacio de acción constituido no por individuos utilitaristas buscando ventajas materiales, sino por individuos, familias, comunidades y colectivos de diverso tipo que se mueven dentro de instituciones decantadas por la práctica o acordadas como arreglos voluntarios, que actúan haciendo transacciones entre la utilidad material y valores de solidaridad y cooperación, limitando la competencia" (Coraggio, 2002:1).

Partimos de la hipótesis de que las redes de comunicación sociales que se establecen entre este sector específico son necesarias ya que propician y potencian

las relaciones entre cada cooperativa de trabajo. Ello con la finalidad de superar situaciones de vulnerabilidad a las que son sometidas.

En La Pampa existe desde 2015 la Federación de Cooperativas Pampeanas (FECOPA) que nuclea a varias cooperativas de trabajo. Las mismas se conformaron para poder hacer frente a una serie de problemáticas propias del sector. Dentro de cada cooperativa analizaremos las redes sociales de comunicación y a su vez indagaremos acerca del el proceso de articulación con la FECOPA, ya que todas son parte de esta organización. Para el análisis correspondiente es interesante observar los casos de las siguientes cooperativas de trabajo: Cooperativa de trabajo gráfica y una radio local cooperativa en contraste con una cooperativa de limpieza y de cadetes. Si bien dentro de FECOPA se encuentran articuladas muchas cooperativas más se han tenido en cuenta ellas debido a que las primeras mencionadas poseen más trayectoria en el sector, mientras que el resto recién está dando sus primeros pasos.

La comunicación en cooperativas y organización autogestivas

Dentro de cada cooperativa se encuentran procesos de comunicación que son particulares, y que por sus lógicas de funcionamiento pueden ser analizadas por medio de una mirada comunitaria de la comunicación. Sin embargo, a pesar de las particularidades, estas lógicas atraviesan a todas las cooperativas.

Es así que tomamos a la comunicación como un proceso vincular en donde el foco se encuentra puesto en el encuentro y en el diálogo. Además, se considera que la comunicación en ningún aspecto se improvisa, sino todo lo contrario, se construye y esta construcción es conjunta.

En consonancia con las teorías de comunicación comunitaria, será entendida como procesos dialógicos que no necesariamente se da a través de los medios de comunicación. Además, esta corriente "está ligada directamente al desarrollo (...) como objeto de transformación de la sociedad y de los sujetos que la componen. Ello en contraposición al paradigma clásico y hegemónico acerca del campo de la comunicación que reduce todo al fenómeno comunicación = medios de comunicación" (Cardoso, 2007:2). Este enfoque prioriza el diálogo ya que cuando "hablamos producimos discursos sociales a través de nuestro lenguaje. No es solamente un sistema de signos para dar cuenta de significados; sino que posee un fuerte componente connotativo y simbólico. El lenguaje es fundamentalmente productor de sentido" (Cardoso, 2007:2).

Por medio de entrevistas se detectó que en todas las cooperativas la comunicación al interior es prioritariamente de transmisión oral. Como afirma un asociado de la cooperativa de cadetes, *"para el cadete es la base. El hablar es todo, si no hablamos vamos muertos. Si no hablamos, volvemos a la relación patrón-empleado, ellos deciden nosotros obedecemos"*.

Esto se debe a su modo de funcionar a través de reuniones y asambleas por medio de las cuales se ponen en cuestión pautas de comportamiento, de funcionamiento, se comparten y expresan ideas, posicionamientos, caminos a seguir, entre otros. Esto permite un entendimiento mayor y revaloriza la palabra y el compromiso de sus integrantes.

Es en estos espacios en donde se materializa la comunicación. Para las cooperativas estos puntos de encuentro son fundamentales para el trabajo cotidiano y a largo plazo. *"Nosotros mayormente si falta uno a la reunión no se hace. Tenemos que estar todos, si uno puede se pasa para otro día. No hace falta comentar que pasó en la reunión porque si alguien no estuvo es porque no se hizo"* (Asociado a cooperativa gráfica)

En estos espacios se realizan negociaciones y búsquedas de consenso entre quienes no están de acuerdo con ciertas temáticas o ejes que hacen a su funcionamiento. Esto se realiza con una lógica cooperativa de construcción colectiva. *"SI no están todos de acuerdo se va a una votación, primero se comparten todas las ideas y se trata de llegar a un acuerdo. Si para vos es negro y para mi es blanco, se trata de que se diga que es gris y encaminarlo"* (asociado a cooperativa de mensajería)

Así, podemos entender a la comunicación dentro de las cooperativas como un proceso dialógico y participativo a partir de lo cual confluyen distintas voces. Consideramos, de esta manera, que la comunicación va "más allá de la transmisión de información e implica pensarla de manera experiencial, como vinculación, poner en común, compartir e intercambiar. Vivida como experiencia la comunicación representa el espacio donde cada quien pone en juego su posibilidad de construir con otros" (Mata, 1985:17).

Aquí se producen actos de comunicación no mediada ni mediatizada a través de alguna herramienta o medio, sino que se produce cara a cara lo que compone un intercambio simbólico más profundo y de esta forma una nueva producción de sentido. La comunicación se transforma en acción lejos de verla como mera difusión podemos usarla para crear hechos que regeneran el tejido social, vinculan actores con capacidad de acción y afianzan lazos de solidaridad.

Sin embargo, en estos encuentros cara a cara pueden identificarse fallas en la comunicación. Estas afectan tanto la productividad como las relaciones sociales que

se establecen tanto al interior como al exterior. Uno de los asociados a la cooperativa gráfica manifestó que *“yo me he enterado ahora justamente de algo pero bueno. Por eso, por ahí es la mala la comunicación de que no te enteras y te enteras por otro lado. Por ahí, creo que falta comunicación”*.

Por otra parte, otro de los colectivos en estudio es la cooperativa de trabajo de limpieza. Esta organización recién se inicia en los caminos del cooperativismo. Si bien obtuvieron recientemente su matrícula provista por el INAES no se encuentran prestando su servicio de mantenimiento y limpieza. A diferencia con otras cooperativas la comunicación se encuentra mediatizada por Facebook u otro tipo de aplicaciones por lo que la comunicación cara a cara no se prioriza. *“Periódicas no (respecto de reuniones o charlas), pero tenemos un grupo en el Facebook y nos vamos comunicando. Yo salgo de acá y voy y les comento que hablé. Por ahí no pueden estar los demás porque tienen que trabajar, por ahí se les complica y yo los entiendo porque se que es así y no que es una excusa”* (Asociada a cooperativa de limpieza). Este recurso comunicacional es utilizado debido a que todavía no cuentan con un espacio de trabajo en conjunto sino que cada uno/a trabaja de manera paralela.

De todas maneras, es preciso indicar que si bien se aplican herramientas de comunicación como el teléfono o las redes sociales, prevalece la comunicación presencial. El lugar de trabajo se transforma en un punto de encuentro fundamental para la construcción del colectivo. Ello es un punto favorable con el que cuenta este tipo de organización debido a que muchos otros espacios de trabajo no permiten este intercambio entre todos/as los/as participantes.

Redes

Para el sector de la Economía Social y Solidaria es fundamental trabajar de forma colectiva para poder avanzar y sortear los obstáculos que se presentan. Para ello es esencial la construcción de redes de comunicación dentro de cada cooperativa y entre las cooperativas que se desenvuelven dentro de un mismo territorio.

Entendemos las redes como *“un sistema abierto, multicéntrico, que a través de un intercambio dinámico entre los integrantes de un colectivo y con integrantes de otros colectivos, posibilita la potencialización de los recursos que poseen y la creación de alternativas novedosas para la resolución de problemas o la satisfacción de necesidades. Cada miembro del colectivo se enriquece a través de las múltiples relaciones que cada uno de los otros desarrolla, optimizando los aprendizajes al ser éstos socialmente compartidos”* (Dabas, 1998:19)

Como se expuso, al interior de cada cooperativa se conforman redes que a veces se encuentran centralizadas en una persona o conjunto de personas. A su vez, nos encontramos con dos redes que funcionan en paralelo de manera formal e informal. En el caso de la cooperativa de mensajería se identificaron dos tipos de redes. Una formal, en donde se comunican por cuestiones únicamente relacionadas al funcionamiento de la cooperativa. Esta red se materializa a través de la aplicación Whatsapp para teléfonos móviles. Por otra parte, los trabajadores poseen una red paralela informal donde se realizan intercambios relacionados a la vida privada de cada uno de ellos.

Esto refleja una situación interna que vive la cooperativa en donde un sector de los trabajadores se diferencian de los miembros del Consejo. Ello puede ser observado en sus testimonios cuando se los menciona como *"los de arriba"*. A su vez, da la casualidad que las labores dentro de estas cooperativas no son iguales. Quienes están en el Consejo poseen una carga horaria menor, lo que genera cierto resquemores. *"Yo calculo que si estuviera en un cargo, trataría de cumplir como tiene que ser: de mañana y tarde, ver lo que ellos quieren, lo que quedaron abajo y vos sabes lo que ellos necesitan o sea que vos te tenés que dar cuenta"* (Asociado). Se encontraron dos focos que centralizan el intercambio interno. En primer lugar, el telefonista es quien centraliza la labor propia de la cooperativa y la distribuye equitativamente entre sus trabajadores. *"Lo que se proponga hacer, como por ejemplo entrar o salir a tal hora, no se pone en algún lado sino que se rigen con el telefonista"* (asociado). En segundo lugar, existen dos redes que funcionan de manera paralela como si no se hubiera confianza para plantear ciertos temas. Así, el consejo centraliza las actividades propias de la organización. Es aquí que se distingue una división a partir de la cual la información y las decisiones deben pasar por este órgano. *"Nosotros primero tenemos una reunión de cadetes donde viene alguien con un problema. Luego cuando pedimos la reunión se lo planteamos a la comisión. Nosotros le decimos todo"* (Asociado).

Este problema no se visibiliza en la cooperativa de trabajo gráfica debido a que sólo existe una única red de la que todos forman parte ya que comparten un único espacio de trabajo. Asimismo, la cantidad de trabajadores/as es mucho menor al resto de las cooperativas, el mínimo exigido para una cooperativa de trabajo (seis), donde dos asociados realizan sus aportes fuera del establecimiento productivo – comercial.

Otro de los casos analizados fue el de la cooperativa de limpieza. Aquí también se determinó la aparición de la centralización de las funciones y de las relaciones para con el exterior en sólo dos de las siete personas que la conforman. Una de las entrevistadas nos comentó que *"por ahí yo o Andrea que es la secretaria que somos*

las que más estamos en el tema, vamos y venimos, todo lo preguntamos. Yo les pregunto ¿Qué les parece?, yo no tomo una decisión sin que ellos lo sepan. Primero les pregunto por el face o sino pido una reunión el domingo, que es el día que tenemos menos trabajo". Además, se ha centralizado la relación externa en donde se han entablado conversaciones con cooperativas que no se encuentran nucleadas en FECOPA por una necesidad económica. *"Nosotros no empezamos a trabajar todavía, pero en este trayecto hasta que salió la matrícula nunca tuvimos un "no". No sé si confían demasiado en mi o en Andrea, nos pasó suponte la semana pasada que nos llamó Nocetti² de la Cooperativa Popular de Electricidad. Nos preguntó qué nos hacía falta, para ayudarnos y comprarnos las cosas y que después las pagáramos"* (Trabajadora de la cooperativa de limpieza). Ello demuestra como las redes pueden potenciar y viabilizar estos proyectos productivos. Sin embargo, esto no va más allá de una relación bilateral entre dos cooperativas.

La situación con la FECOPA es totalmente distinta ya que varía de acuerdo al contexto social, político y económico. En este sentido, se puede aplicar lo que se conoce como "redes proceso vivas" (Corporación Somos Más, 2007:23). Este tipo de redes se caracteriza por una movilidad de personas y organizaciones en torno a un tema en común. Aquí se pueden observar momentos de gran dinamismo y otros en donde merma la actividad.

Esto es lo que se observa con FECOPA debido a que su proceso de conformación no ha sido sencillo y una vez consolidada no logró establecer una dinámica propia de trabajo. La causa es que el grupo de cooperativas que la integran no han podido generar aún acciones para su desarrollo.

Esto generó que la responsabilidad de impulsar la Federación recaiga sobre una persona que estuvo en sus inicios y que justamente su cooperativa forma parte de la presidencia de la Federación. Al mismo tiempo, se detectó que si bien FECOPA debe estar coordinada por cooperativas se recae en un individualismo. Es así que se deja de lado la concepción de construcción conjunta de cooperativas. A pesar de que la Federación tiene un año de vida la construcción colectiva no es tarea sencilla. De todas formas, es poco tiempo para realizar afirmaciones tajantes. Sin embargo, es importante resaltar esta dificultad.

Esto se ve reflejado en el testimonio de un trabajador de la cooperativa gráfica *"hay que ver que la Federación, generalmente la manejan las cooperativas porque las que deciden que hace la Federación son las cooperativas no uno solo. Entonces, la*

² Oscar Nocetti presidente del Consejo de Administración de la Cooperativa Popular de Electricidad Obras y Servicios Públicos de Santa Rosa Limitada. Esta cooperativa es una de las principales cooperativas de servicios provinciales ya que provee energía eléctrica, gas envasado, servicio de telefonía, televisión, internet, servicio fúnebre, enfermería y venta de electrodomésticos.

Federación tiene que estar manejada por cooperativas y no por personas individuales que yo por ahí veo más eso”.

Otra problemática detectada es el centralismo existente dentro de cada cooperativa en algunos/as integrantes con respecto a la Federación. Tanto en la cooperativa gráfica como en la de mensajería hay personas particulares que se encargan de tomar contacto con la Federación. Esto se transforma en un problema debido a que hay integrantes que no alcanzan a tomar conocimiento y no tienen participación alguna, lo que puede reproducirse en forma interna también al interior de las organizaciones.

“No hay resúmenes de las reuniones de la Federación” (Asociado a cooperativa gráfica). “Con las otras cooperativas no dialogamos, de eso se encarga por ahí más Matias, que son los que tienen los cargos. Ellos nos informan por ahí como están. No hemos hecho una reunión para ver cómo van manejándose esas cosas, nos hace falta una reunión para ver realmente que se está haciendo en la Federación. Porque nosotros no vemos una evolución, pero eso lo tendríamos que hablar” (asociado a la cooperativa de mensajería). En este testimonio se muestra la centralización del Consejo a la hora de tomar decisiones dentro de las cooperativas y establecer redes sociales de comunicación externa.

Sería deseable que los/as trabajadores/asse puedan percibir como sujetos y ese debe ser su fin en sí mismo y no objetos que lo conviertan en un mero receptor/transmisor de información.

Tensiones y desafíos

Más allá de estas centralizaciones, todas estas experiencias existentes en el campo de la economía social y solidaria poseen tensiones que afectan la construcción de un colectivo de trabajo. Esto se debe a que sus lógicas de funcionamiento – externas e internas – sus principios y valores, los significados con las cuales articulan sus prácticas muchas veces se “enfrentan y chocan” con la lógica propia del sistema.

En la construcción de las redes mencionadas anteriormente se da un proceso complejo de configuración entre la unidad y la diversidad, la estabilidad y el cambio, la autonomía y la ligadura, lo individual y el sistema, que requiere también el propósito de hacerlo de forma productiva, para bien colectivo y cada uno/a de sus integrantes.

“Cada uno con su política porque cada uno tiene su pensamiento que es individual, que eso es lo importante. Seguimos siendo personas individuales y no masificados.

Yo no me siento masificado con el grupo en el pensamiento. Si masificado en el grupo para llevar esto adelante, pero no políticamente. Yo pienso que una cooperativa, salvando las distancias, es mi opinión personal es una SRL solamente que están todas asociadas y la responsabilidad es limitada. Nuestra responsabilidad también es limitada acá pero pasa por el tema humano" (asociado a la cooperativa gráfica)

A su vez, esto también se muestra en los testimonios de un asociado de la cooperativa de mensajería cuando afirma que *"primero pensamos en nosotros, yo calculo que uno piensa primero en su familia y luego pienso acá y colaboramos. Por ejemplo, un fin de semana te dicen vamos a pintar y yo vengo. A lo que yo voy, primero me fijo en mi familia, si es un domingo y es mi único día para descansar lo pienso"*.

"Sabemos que una cooperativa cuanto más gastas, menos es lo que hay para distribuir, bueno acá no lo entienden. Acá siguen la mayoría con la mentalidad de que todo lo que vos hagas estás jorobando al patrón y el patrón sos vos. Eso es lo que no entienden" (Asociada a la radio cooperativa). En esta cooperativa se observa como, según este testimonio, no se ha podido romper con la lógica vertical de toda empresa capitalista sino que el manejo de la misma se podría plantear dentro de los términos de la "heterogestión" a partir de lo cual se imparten decisiones de arriba hacia abajo. Esto no permite que los/as trabajadores/as se perciban como dueños de los medios de producción sino que reproducen la relación empleado/a – patrón/a propia del sistema.

En estos tres casos, estas tensiones se dan entre los individuos y el colectivo, debido a que, la autopercepción de cada trabajador/a influye en la percepción sobre la cooperativa en particular y el cooperativismo en general. A pesar de saber que las decisiones se toman en conjunto, los intereses particulares se exponen como si fueran generales lo que lleva a que se produzcan conflictos internos.

"Se tendría que definir todo en conjunto por eso se forma una cooperativa, esa fue la ideología, el principio que tuvimos. Yo comparto lo que dice el compañero, hay cosas que no son tan democráticas. Es más yo creo que hay una cuestión política también que más lleva al perfil de cada uno. Hace bastante tiempo el que manejaba el Facebook le había gustado un actor político con el cual estamos todos en desacuerdo. Si él está de acuerdo lo tenía que haber hecho con su Facebook personal, no con el Facebook de la cooperativa. En ese caso, nosotros no queremos estar encajados en ninguna ideología política" (Asociado a cooperativa gráfica).

Asimismo, vale mencionar que estas dicotomías que se presentan influyen en la imagen de la cooperativa tanto al interior como al exterior. Es decir, interviene en la percepción que tienen los/as propios trabajadores/as y también de la sociedad.

La superación de ello posibilita identificaciones más genuinas de asociados/as – trabajadores/as – cooperativistas.

Como afirma Abatedaga (2013), “mientras internamente las cooperativas y organizaciones de gestión solidaria deben – normativa e ideológicamente – responder a lógicas horizontales y no lucrativas en sus prácticas, el mercado les impone eficiencia interna y eficacia mercantil para hacer competitivos los emprendimientos”.

En ese sentido se manifestó uno de los cooperativistas al afirmar que *“se busca también fundamentalmente el precio yo no estoy de acuerdo que por ser cooperativa tengas que comprar si o si. Es un concepto que dice si sos cooperativa tenes que comprar a las cooperativas. Bueno, ¿y cuánto sale? No, yo no.*

Cooperativista si yo tengo que comprar algo a una cooperativa y sale 100 pesos y yo consigo la misma calidad a 80 en una sociedad anónima compro a 80. Es más la cooperativa de vivienda a nosotros nos compró durante 5 años y no nos compró más y hace como dos años que no nos compra. Un asociado puede saltar y decir bueno yo compre este termo en la cooperativa pepino lo pagué 150 y porque no lo compraste a José SRL que lo pagamos 80”.

Sin embargo, el caso más preocupante se encuentra en la radio cooperativa local. En ella la tensión se da a partir de la relación trabajadores/as – consejo. Las decisiones ya sean importantes o no, pasan por este órgano y son ellos/as quienes deciden todas las cuestiones que hacen a la cooperativa. A partir de entrevistas realizadas se detectó, que por esa razón, nadie quiere formar parte del Consejo. Esta problemática afecta de manera directa los sentidos que allí se producen con respecto al movimiento cooperativo.

“Yo no, sabes por qué, porque nadie quiere estar en el Consejo es muy fácil de afuera opinar cuando a vos te dieron la posibilidad de estar adentro del Consejo y no quisiste. Y también entiendo si vos te metes hoy en el Consejo y empezas a modificar las cosas te matan, se te vienen y te ponen con una metralleta y te... (Onomatopeya de disparos de ametralladora). Como modificas vos a estos tipos que hace 30 años están haciendo nada” (Asociada).

Esto se traduce en un extrañamiento y una pérdida de identidad cooperativa. Al no querer ser parte del gobierno de la cooperativa, los/as trabajadores/as dejan de relacionarse a través de relaciones horizontales y equitativas. Esto da lugar a que se establezca una relación patrón-empleado y no a un proceso de construcción autogestivo.

Estrategia metodológica

La estrategia metodológica aplicada es de corte cualitativo. Su propósito es analizar los procesos y fenómenos sociales, prácticas, instituciones y de patrones de comportamiento, para desentrañar los significados construidos alrededor de ellos, en un contexto o entorno que puede ser de redes de relaciones sociales, sistemas de creencias, rituales, etc. Justamente este contexto es el que permite la tarea interpretativa (Sautu, R. 2003).

Tal como plantean Wainerman, C y Sautu, R (1997) la metodología cualitativa es "apropiada cuando el investigador se propone investigar la construcción social de significados, las perspectivas de los actores sociales, las condiciones de la vida cotidiana o brindar una descripción detallada de la realidad" (Wainerman, C y Sautu, R; 1997). Este tipo nos permite comprender e interpretar la realidad de manera conjunta con los/as actores implicados. Es así, que se apunta a la producción de conocimiento propositivo y transformador, por medio de un proceso de debate, reflexión y construcción colectiva de conocimientos con el fin de lograr un cambio.

La recolección de datos fue por medio de entrevistas con el fin de resaltar la voz de los/as participantes; espacios de reflexión; y participación en reuniones. Con respecto a lo último mencionado se hará uso de la técnica de observación participante en los ámbitos de trabajo y reuniones de los/as trabajadores autogestivos. "La presencia directa es, indudablemente, una valiosa ayuda para el conocimiento social porque evita algunas mediaciones ofreciendo a un observador crítico lo real en toda su complejidad" (Guber, 2001:24).

Conclusiones preliminares

En todos los casos analizados se ha encontrado una centralización de funciones en una persona o en los cargos que están al frente de una cooperativa. Ello tanto al interior de cada organización como en el tejido de una red social de comunicación como lo es FECOPA.

Del mismo modo, se ha detectado que la comunicación dentro de las cooperativas agrega un nuevo valor a las características del cooperativismo, estos es horizontalidad, solidaridad, comunicación oral y presencial. Esto lo tomamos como

algo a destacar debido a que lo presencial fortalece los vínculos entre los/as asociados/as.

Hay que hacer uso de las redes que tejen y los espacios de encuentro como una forma de potenciarse. Entretejer lazos que sostengan toda esta lógica de la asociatividad, la cooperación, la solidaridad, la autogestión, la economía social, etc. Pensar todo ello como una red, a partir de la comunicación comunitaria, implica un cambio en la estructura de pensamiento hacia formas más horizontales, flexibles y abiertas. Sabemos que esto no es algo que se da de manera espontánea sino que son procesos de trabajo y de reflexión hacia el interior del colectivo, en donde muchas veces el esfuerzo es enfocado en las cuestiones productivas sin dar cuenta que la construcción de las redes muchas veces podrían subsanar esta problemática. Es fundamental la construcción de redes que permitan la construcción de una alternativa viable frente al modelo económico hegemónico lo que permite la construcción de vínculos más justos. "Frente a la modernización capitalista que construye territorios cada vez más excluyentes en los cuales se promueven vínculos superficiales y fragmentados, estas redes o articulaciones populares habilitan el (re)surgimiento de territorialidades donde la densidad de las relaciones cara a cara y las experiencias compartidas son posibles" (García Guerreiro 2010:78)

Además, la concreción de redes tanto al interior como entre cooperativas permite la construcción de nuevas subjetividades en donde las ideas sobre el trabajo, la propiedad de los medios de producción, el intercambio y el consumo son re-significadas.

Estos son algunos de los desafíos que se presentan para este sector de la Economía Social y Solidaria. Por ello es importante comprender que la comunicación debe ser tomada en cuenta y (re) valorizada debido a que todas las prácticas sociales se encuentran atravesadas por la comunicación.

Bibliografía

Abatedaga, N. (2013). Red socio – comunicativas en la economía social: el movimiento económico y social desde vínculos y nodos. VI Encuentro Panamericano de Comunicación. Córdoba

Cardoso, Nelson. (2002). La comunicación desde una perspectiva de comunicación comunitaria. Ficha de cátedra "taller de comunicación comunitaria", UBA.

Corporación Somos Más. (2007) Guía para el fortalecimiento y articulación de redes de organizaciones sociales. Recuperado de <http://redes.somosmas.org>

Dabas, Eliana. (1998) *Redes sociales, Familia y Escuela*. Colección cuestiones de educación. Editorial Paidós. Buenos Aires.

Di Tella, S. Torcuato, Chumbita, Hugo, Gajardo, Paz y Gamba, Susana (2006) *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*. Ed. Ariel. Buenos Aires.

Guber, R. (2001). *La etnografía. Método, campo y reflexividad*. Grupo Editorial Norma, Bogotá.

Mata, María Cristina. (1985). *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. La Crujía. Buenos Aires.

Rebón, J. (2004). *¿Empresas de trabajadores?* En *Argumentos*. Revista de crítica social N° 4 octubre de 2004. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.

Ruggeri, A., Wertheimer, M., Galeazzi, C. y García, F. (2012) *Cuadernos para la autogestión: Autogestión y Cooperativismo*. Programa Facultad Abierta, Universidad de Buenos Aires.

Sautu Ruth (2003). *Todo es teoría. Objetivos y métodos de la investigación*. Ediciones Lumiere S.A. Buenos Aires.

Wainerman, C; Sautu, R. (compiladoras) (1997). *La trastienda de la investigación*. Ed. De Belgrano. Buenos Aires.