



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



## COMUNICACIÓN+COOPERACIÓN+TRABAJO: UNA EXPERIENCIA DE EXTENSIÓN CON TRABAJADORES AUTOGESTIONARIXS

### Eje 4: Comunicación y extensión

Claudia Ayala, Romina Cravero, Melisa Villarroel.

Universidad Nacional de Córdoba

[claudiandreayala@gmail.com](mailto:claudiandreayala@gmail.com), [rocravero@hotmail.com](mailto:rocravero@hotmail.com), [inventariom@hotmail.com](mailto:inventariom@hotmail.com)

### RESUMEN

El presente artículo busca dar cuenta de un trabajo de extensión desde la comunicación social en empresas de trabajadores autogestionarixs. La organización con la cual trabajamos es el Instituto para el Financiamiento de Cooperativas de Trabajo (IFICOTRA), una federación que agrupa a 21 cooperativas de trabajo de la provincia de Córdoba, en su mayoría de Córdoba Ciudad.

El cooperativismo de trabajo, es una forma alternativa de concebir la economía, donde no existe una relación patronal ni una valoración de las personas en función del capital que poseen. Una forma alternativa a la lógica hegemónica de la economía capitalista de empresas de capital.

En la actualidad, el cooperativismo de trabajo es una posibilidad real para miles de trabajadores del país de resolver sus acuciantes necesidades en un contexto de crisis financiera global. Sin embargo, representa uno de los sectores más vulnerables en términos culturales, económicos y políticos, ya que por sus valores y modo de trabajo concreto no siempre lxs socixs logran consolidarse internamente como grupo humano, y/o combinar esa relación humana con trabajo adecuadamente coordinado y una conveniente inserción en el mercado que les permita sostener sus unidades productivas.

Estas dificultades que atraviesan como cooperativistas de trabajo son producto de una vulnerabilidad estructural resultado de enmarcarse en una economía de lógica capitalista con valores y prácticas que se contraponen a aquélla.

A lo largo de los tres años que hemos trabajado junto a lxs cooperativistas entendimos que el camino para superar las dificultades que atraviesan es el empoderamiento fundado



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



en el mutuo reconocimiento las propias capacidades de acción/reflexión, para contribuir a la desestabilización y transformación de las relaciones económicas hegemónicas desde el fortalecimiento de la Economía Solidaria en su conjunto.

Se vislumbró como el camino más eficaz para lograrlo la constitución de una red de comunicación interna y externa asentada sobre los principios y valores culturales del sector. Al tiempo que se trabajó la constitución de lazos inter-cooperativos, se comenzaron a estructurar relaciones externas más sólidas a partir de un trabajo fuerte en la visibilidad y revalorización de la experiencia cooperativa – autopercepción. Encuentros de discusión, talleres de capacitación y formación, entre otras actividades, se fueron entrelazando y generando productos y relaciones más asiduas entre lxs integrantes de las distintas organizaciones cooperativas, llevando a promover una identidad cooperativista más explícita y más sólida.

### **Introducción: Por dónde comenzamos y el camino transitado.**

El trabajo que venimos haciendo en las organizaciones de producción cooperativa es producto de los resultados obtenidos de un proceso de investigación aplicada que se realizó durante el ciclo lectivo 2008 en la Cooperativa de Segundo Grado Instituto de Financiamiento para Cooperativas de Trabajo (IFICOTRA) que actualmente la conforman 21 (veintiún) entidades que agrupan trabajadores bajo gestión cooperativa.

Esta entidad que hoy se asume como federación de cooperativas de trabajo se constituyó en el año 1997 como resultado de un proceso de resistencia a la aplicación del impuesto a los Ingresos Brutos a cooperativas de trabajo. Si bien las cooperativas no lograron evitar que se aplique ese impuesto a sus organizaciones, llevó a que las cooperativas se conocieran e identificaran como parte de un mismo sector, y conformaran IFICOTRA como un espacio desde el que fortalecerse mutuamente.

En diez años de existencia sus iniciativas fueron mínimas tendiendo a nulas. La actividad se reducía a generar microcréditos a partir del ahorro solidario pero no había interacción entre las organizaciones. Durante el 2008, se sumaron 9 cooperativas y nosotras que



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



buscábamos hacer un diagnóstico como estudiantes de comunicación. Eso llevó a que se dinamizara la actividad y discusiones en la organización de segundo grado.

Durante 2008 se identificó como principal problemática comunicativa la falta de la participación de algunas cooperativas de trabajo asociadas a IFICOTRA que se reconoció originado por la existencia de diferentes marcos de referencia entre las cooperativas de trabajo asociadas, y la imagen que los integrantes del Consejo de Administración tenía de ellas; así como la carencia de espacios de participación que posibilitan el (re)conocimiento, la toma de la palabra, y de iniciativa para la acción. Posteriormente, sobre la base de los problemas propusimos un Plan comunicacional para implementar en IFICOTRA, superador de las problemáticas encontradas. Se iniciaron algunas acciones aisladas, pero que posibilitaron que las organizaciones cooperativas se encuentren y pongan en común puntos de vistas y horizontes. Durante el 2009, decidieron dar un nuevo rumbo a IFICOTRA, lo que incluyó cambios de las personas que conformaban el Consejo de Administración y objetivos organizacionales, así como el alejamiento de los asesores externos. Eso nos llevó a revisar el diagnóstico al que habíamos arribado, y a replantear algunos puntos del Plan comunicacional. Este fue presentado y aprobado a fines de 2009 por la Secretaría de Extensión Universitaria de la Universidad Nacional de Córdoba y becado, por lo que se implementó durante el periodo enero/diciembre de 2010.

### **Problemas de comunicación y estrategias desarrolladas.**

¿Por qué son problemas de comunicación y en qué reside su importancia? Quizás debamos explicitar nuestra mirada sobre lo comunicacional.

La comunicación entendemos es primordialmente una relación social y en este sentido constitutiva de subjetividades. Abatedaga, plantea: “la comunicación llega a constituir 'la propia urdimbre de la cultura y el vehículo más poderoso de manutención o modificación de la estructura social' y por tanto puede pensarse en una relación de constitución, a la vez de identidad y alteridad del sujeto”.<sup>1</sup> Estamos pensando la comunicación desde una doble acepción: creadora y configuradora de vínculos, y creadora y configuradora de sentidos para

---

<sup>1</sup> Abatedaga, Nidia: “Comunicación. Epistemología y metodologías para planificar por consensos” Editorial Brujas. Argentina 2008. Pág.120



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



la acción. Esto lo trabajamos posicionadas en la perspectiva de la edu-comunicación, que recupera los aportes teóricos, epistemológicos y políticos de la Educación Popular.

Como marco general de comprensión de los problemas de comunicación en una organización de la ES, entendemos que el dominio histórico social capitalista en tanto una forma particular de organización social, no es experimentado como tal (en su particularidad histórica) y nos encierra en un sistema de interpretación del mundo que deja numerosos asuntos sin cuestionar volviéndolos pensamientos impensables. En una sociedad heterónoma, nos dice Cornelius Castoriadis, el mundo se experimenta como acabado. Sin embargo aquellas “cosas”, asumidas cotidianamente como una inmutable realidad social no son más que una cristalizada interpretación construida a partir de significaciones imaginarias que van de lo instituido a lo instituyente y de lo instituyente a lo instituido.<sup>2</sup>

En este sentido, podemos definir a nuestra sociedad capitalista como fundamentalmente heterónoma, sobre todo en lo que hace a la reproducción de la vida material mediante el trabajo. Lxs sujetxs (singulares y colectivos) nos vemos severamente limitadxs a la hora de ejercer nuestras capacidades de imaginación-acción, para la creación de formas de vida y normas propias, en la construcción de mundos deseados. Nos convertimos en flujo de fuerza de trabajo, cuerpos-mercancía, capturados en la reproducción al infinito del capital. En este plano la economía asentada en trabajadores autogestionarixs y en prácticas solidarias organizadxs democráticamente abre el juego para el desarrollo de una **comunicación para la autonomía**, en el sentido de la idea de proyecto de autonomía que propone Castoriadis, en tanto posibilita/tiende a la construcción de espacios desde donde potencializar el imaginario radical que permita cuestionar la aproblematicada realidad que recubren las significaciones imaginarias capitalistas.

Desde esta forma de entender la comunicación, nos apoyamos en la teoría de los campos de Pierre Bourdieu para enmarcar la problemática comunicacional en una problemática global, en términos de la estructura social objetiva, que consiste en la posición dominada que ocupa la Economía Solidaria (ES) –en tanto campo social específico- en relación a la Economía Capitalista. Esta última es la que define los parámetros de éxito económico, pues domina en el campo de poder y posee no sólo los capitales específicos sino los medios de

---

<sup>2</sup> “La sociedad es obra del imaginario instituyente. Los individuos están hechos por la sociedad, al mismo tiempo que hacen y rehacen cada vez la sociedad instituida: en un sentido, ellos sí son sociedad. Los dos polos irreductibles son el imaginario radical instituyente-el campo de creación socio-histórico-, por una parte, y la psique singular, por otra.” Castoriadis, Cornelius: *Poder, política, autonomía*. En “Un mundo fragmentado”. Buenos Aires, Altamira, 1997. Disponible en: <http://www.ub.es/dptscs/textos/CASTORIADIS%20-%20Poder%20politica%20autonomia.pdf>



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



producción, y su nomos (lógica) ha impregnado a prácticamente todos los campos del Espacio Social General (ESG). Es así que en la sociedad capitalista heterónoma el predominio de la lógica mercantil y la centralidad del capital económico (en términos bourdieanos) condiciona la lógica específica de los distintos campos, en los cuales se dificulta la acción autónoma a partir de parámetros propios. La ES, como campo de una economía alternativa, diferente, viene a situarse en una posición sumamente conflictiva al constituirse su especificidad precisamente en la disputa misma sobre la definición del capital económico y las formas de actividad productivas .

Partiendo de este análisis, reconociendo la comunicación como sólo un aspecto de lo social, y por tanto, pretendiendo no ser reduccionistas, identificamos los siguientes problemas comunicacionales como más acuciantes para trabajar durante el 2010:

*–Escasa articulación y comunicación entre las cooperativas asociadas a IFICOTRA para elaborar soluciones a los problemas recurrentes de ineficiencia en la gestión de sus emprendimientos productivos.*

Las escasas posibilidades de encarar definiciones y tareas de manera colectiva, parte de la inercia institucional de IFICOTRA, impedían de esta forma romper con la inercia del *habitus* (en tanto interiorización de estructuras sociales objetivas) que lleva a que las personas, en el marco de las sociedades capitalistas, tiendan a aceptar el lugar que ocupan, desestimando toda estrategia de subversión del orden como un imposible.

*- Carencia de asesoramiento comunicacional, técnico y legal que ayude a superar los problemas de gestión interna y de relación con el mercado y la comunidad.*

La sustentabilidad de los emprendimientos de las cooperativas depende no sólo de la solidaridad y el compromiso de sus trabajadores, sino también de su inserción en el mercado, impregnado por el *nomos* (lógica) de la economía capitalista. En gran parte de las experiencias de economía solidaria, el contexto de vulnerabilidad social y económica les lleva a tener serias dificultades para: tener sus papeles al día (balances contables, estar regularizados ante AFIP, etc.) y comercializar sus productos (calidad del producto, llegada a clientes o colocación en puntos de venta, diseño de imagen de producto y de marca, etc). Estas cooperativas terminan endeudándose para acceder a estos servicios de



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



asesoramiento o simplemente continúan sin ellos, quedando marginalizadas en el mercado, desarrollando una economía de subsistencia o cerrando el emprendimiento.

- *Una imagen pública degradada del Sector del Cooperativismo que no favorece la inserción de los productos y servicios de las cooperativas en el mercado.*

Sobre economía solidaria, impulsado desde los medios de comunicación de masas y algunos sectores académicos, circulan las siguientes percepciones – significaciones imaginarias instituidas:

- Es una economía para pobres: La opción para quienes quedan expulsados del mercado laboral es que se organicen en cooperativas. Cuando la economía 'se reactiva', es decir, mejores condiciones del sistema de precios lleva a aumentos en la producción que generan una demanda de mano de obra, estos trabajadores vuelven a insertarse en la lógica del empleo en relación de dependencia. Desde este lugar, la ES es un paliativo a las crisis económico-sociales del capitalismo, antes que una opción de vida para lxs trabajadores. Por otro lado, los sectores de la economía en los que se desarrollan estas empresas sociales se da por sentado que siempre son productos o servicios de poco valor agregado porque *no son empresarixs*. Esta última idea se sostiene sobre la *percepción-significación imaginaria* de la división del trabajo entre *quienes piensan* y *quienes hacen*, división ficcional en término que se entiende como extra-social y que sostiene las brechas de desigualdad socioeconómica persistente.

- Clientelismo político: Se identifica a las cooperativas como una nueva modalidad de clientelismo político a partir de la creación de los planes desde los cuales el gobierno de Nestor Kirchner primero, y el de Cristina Fernández luego, impulsan la creación de fuentes de trabajo a partir de la organización de cooperativas de trabajo a las que, en primera instancia, se les asigna la realización de obras públicas.

- Fraude laboral: Se las identifica como empresas 'truchas' desde las que se encubre trabajo en negro. Se mantiene la relación patrón – empleadx, sin embargo, se adopta la forma societaria de cooperativa.



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



Estas percepciones que hemos caracterizado son propias del cooperativismo de trabajo. A ellas podemos sumar la seguidilla de ataques que desde los medios de comunicación sufrieron las cooperativas agrarias y de servicios.

- *Las cooperativas no cuentan con instancias (reuniones, encuentros, etc.) donde poner en común las percepciones individuales con respecto a la identidad y cultura cooperativa.*

- *IFICOTRA no era asumida por muchos de sus asociadxs como un lugar de encuentro que posibilite estrategias de acción colectiva.*

- *Las cooperativas asumen de distinto modo la identidad cooperativa, por lo que no han podido articular una red comunicativa que permita resolver colectivamente el problema de la escasa visibilidad pública.*

Desde nuestra epistemología, *la percepción*, base de la identidad y orientadora de la acción, *se construye en y desde el grupo, en los procesos de comunicación, los cuales le van dando sentido al mundo que nos rodea.* Dicho proceso no existe si no existe participación, predisposición a interactuar, sentido de pertenencia al grupo. Las cooperativas de trabajo organizadas en IFICOTRA fueron perdiendo la motivación para encarar acciones conjuntas, y eso generó que se fueran diluyendo los espacios de participación. La identidad y visión en relación a los objetivos de la organización se fueron perdiendo de vista, se dejó de pensar como un espacio de articulación, sin embargo siguió existiendo porque *se seguía afirmando la importancia de un espacio de integración y la necesidad de encarar acciones en conjunto para las problemáticas comunes. Sin embargo, no lograban ni siquiera reunirse.*

El problema que subyace a las precedentes problemáticas específicas del campo IFICOTRA, en tanto un espacio creado para la articulación y fortalecimiento de la ES -en contraposición a las lógicas de la Economía Capitalista-, lo definimos *en términos de discongruencia en las percepciones en torno a la identidad de la federación, a causa de marcos de referencia distintos, que identificamos principalmente provocado por carencia de espacios de participación para la acción, y la falta de participación de lxs asociadxs en los pocos procesos de comunicación no mediados, cara a cara.* Eso marcaba una imposibilidad de poder enfrentar sus percepciones en procesos de comunicación, lo que generaba que el campo IFICOTRA fuese desestimado como espacio de acción conjunta, paradójicamente,



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



ya que fue creado para eso. Estas instancias de encuentros comunicativos posibilitan al grupo desarrollar una decodificación crítica que les permita poner en cuestión las significaciones imaginarias capitalistas que obstaculizan el desarrollo de estrategias de subversión del orden.

La falta de espacios de participación y la discongruencia en las percepciones acerca de la organización impedía que la misma pudiera construir una identidad basada en la definición de metas, objetivos y visiones políticas colectivas, y por lo tanto imposibilitaba encarar estrategias y acciones de conjunto.

Las problemáticas específicas que enumeramos fueron seleccionadas para ser abordadas porque se las calificó como urgentes y factibles de ser resueltas en el corto plazo. Sin embargo, para que nuestras acciones fueran lo más oportunas y pertinentes, las problemáticas específicas no podían encontrarse descontextualizadas.

Para buscar dar vuelta ese estado de situación desarrollamos estrategias a partir de una planificación por consensos. Es decir, se presentaron las situaciones problemáticas, se las jerarquizó y se decidieron las acciones a desarrollar en una serie de espacios de trabajo colectivo entre distintos miembros de las cooperativas y nosotras como equipo de comunicadoras. Por tanto la planificación es una instancia de problematización de la realidad, de aprendizaje y decisiones entre las organizaciones y el grupo de planificadores en comunicación. Se busca, desde la planificación orientada al consenso, constituir relaciones de horizontalidad, ya no más organizaciones como objetos de planificación, sino sujetos que se comunican y van llegando a acuerdos; las planificadoras ocupan un lugar de facilitadoras del proceso de transformación de lo que se va identificando como problema. Atendiendo a estos objetivos, todas las instancias de trabajo fueron encaradas desde la perspectiva edu-comunicacional, anclada en la investigación – acción que pone el acento en el conocimiento práctico y la capacidad de reflexión de los actores.

Por tanto, es una concepción de la planificación donde el cumplimiento de las actividades programadas no es lo mismo que cumplimiento de los objetivos propuestos. Desde el tipo de planificación que encaramos, es relativamente más importante lo segundo que lo primero. Por lo tanto, la planificación de las actividades se llevó adelante previendo la flexibilidad para re-elaborar el plan la veces que fuese necesario atendiendo a las evaluaciones que realizábamos internas, como grupo de planificadoras-comunicadoras, como las evaluaciones que llevábamos adelante con los cooperativistas. Es así como, desde





INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



esta modalidad de trabajo, el momento de la evaluación no fue una instancia final sino un momento que atravesó transversalmente todo el proceso.

Nuestra concepción de la planificación, es por ello, más un bosquejo de una situación deseada, la proyección de acciones en términos de caminos para acercarnos a esa situación deseada en base a un esbozo de una realidad que entendemos transformable y en continua transformación.

Los **objetivos** que nos propusimos son:

Objetivos generales:

1) Diseñar e implementar una red comunicativa que permita a las cooperativas asociadas a IFICOTRA superar ineficiencias en la gestión interna.

2) Lograr una imagen pública sólida que represente el Sector de la Economía Solidaria, para que las cooperativas de trabajo mejoren su relación con el mercado y la comunidad.

Objetivos específicos:

1) Generar estrategias comunicacionales de capacitación entre miembros de distintas cooperativas que posibiliten mejoras en la calidad de gestión interna de los emprendimientos productivos de las cooperativas

2) Proporcionar asesoramiento interdisciplinario en ámbitos comunicacionales, técnicos y legales para consolidar proyectos de desarrollo sustentables.

3) Crear instancias regulares de intercambio comunicativo entre las cooperativas que refuercen la identidad y la cultura cooperativas.

4) Articular una red comunicativa entre las cooperativas y la comunidad que permita mejorar la visibilidad pública del sector y su relación con el mercado con el fin de promover el trabajo cooperativo.

El Plan de Trabajo elaborado en conjunto con los cooperativistas planteaba dos líneas de acción, que se articulaban con un equipo de trabajo conformado por distintas personas de las cooperativas que querían participar más activamente. Este equipo de trabajo adoptó la lógica de 'ejecutar' las decisiones que fueran resueltas mensualmente en una instancia de reunión ampliada-asamblea entre todas las cooperativas asociadas, haciendo una devolución de lo realizado en la siguiente reunión. A partir de este equipo de trabajo,



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



sumado a las instancias de encuentros mensuales, podíamos ir evaluando y re-direccionando las acciones a encarar.

Las **estrategias comunicacionales** desarrolladas fueron:

- I) Capacitación – asesoramiento y
- II) Estrategias de visibilidad y revalorización de la experiencia cooperativa.

### I) Capacitaciones y asesoramiento

Con eje en las necesidades y dificultades manifestadas por las cooperativas y diagnosticadas. Estas instancias tenían como ejes la *cultura cooperativa*, en tanto identidad y valores del sector con el que trabajamos, y *comunicación para la gestión*. Se identificó como prioritario que tuviese la suficiente flexibilidad para adaptarse a las eventuales necesidades y revisiones que surgían de las evaluaciones del equipo de trabajo y de las reuniones mensuales. Aquí lo que se buscaba propiciar eran espacios de encuentro entre distintas organizaciones cooperativas a fin de que se pudieran (re)conocer atravesadas por las mismas dificultades, a la par de que desarrollaban acciones para mejorar sus empresas sociales a partir de los nuevos contenidos que iban adquiriendo. Lo que se priorizó siempre fue el proceso edu-comunicacional que se daba en los talleres por sobre los contenidos, pues los contenidos pierden sentido si no son acompañados por un proceso que los vincule con nuestras lecturas de la realidad.

Las **acciones** desarrolladas fueron:

- Talleres en Cultura Cooperativista (identidad, valores, solidaridad, etc.) y Comunicación para la gestión interna (identidad organizaciones, relaciones institucionales y comunicación de la organización cooperativa).

- Alfabetización informática: el objetivo es brindar las herramientas básicas de manejo de P.C. y redes virtuales. Se cuenta con el respaldo del Programa de Solidaridad Estudiantil, dependiente de SEU y SAE de la UNC, que lleva adelante el proyecto de alfabetización informática trabajando desde la perspectiva de la educación popular. Se trabajará con dos o tres miembros de cada cooperativa con la modalidad de tutorías.



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



## II) Estrategias de visibilidad-revalorización de las experiencias

La estrategia de *revalorización – visibilidad de la experiencia cooperativa* tiene varios pilares desde los cuales sostenerse, todos ellos igualmente necesarios. Su objetivo fue colocar en el espacio público al sector de lxs trabajadores autogestionarixs organizadxs en cooperativas de trabajo para hacerlxs visibles frente a la invisibilización y/o el desprestigio mediático y para que ellxs se coloquen en el lugar de agentes de enunciación y acción, organizando un discurso propio sobre sus experiencias tendiente a lograr la autonomía y encarar estrategias de subversión de las relaciones de poder con respecto a la economía capitalista.

La atomización que existe entre las organizaciones de Economía Solidaria agrega un componente que no favorece para nada un trabajo de decodificación crítica de las significaciones sociales imaginarias instituidas que generan una imagen degradada de ella.

La falta de encuentros y, por lo tanto, de puesta en común de marcos de referencia disímiles, incide obstaculizando la posibilidad de instituir colectivamente nuevas significaciones sociales con respecto a la ES y el cooperativismo de trabajo, que favorezcan el trabajo diario de las organizaciones. No sirve, por ejemplo, que difundamos un caso aislado de “cooperativa de trabajo exitosa” repetido en todos los medios posibles, sin vincularlo con una idea más general del movimiento cooperativista de trabajo y de la Economía Social como sector importante de la Economía, porque generalmente refuerza la idea de lo “excepcional”, lo “milagroso” del éxito de estas iniciativas, haciendo que al final terminen visibilizándose como meros paliativos a la exclusión de lxs trabajadorxs con respecto a la economía “verdadera”. No hay que desconocer que los medios masivos de difusión, como empresas de capital, tienden por lo general a presentar lecturas aisladas y descontextualizadas de las experiencias de organización de lxs trabajadores (autogestionarixs, autónomxs y/o en relación de dependencia), velando otras lecturas que posibiliten articulaciones y potenciamientos entre experiencias afines, que compartan principios y/o tienen que ver con posiciones en el ESG solidarias entre sí (como podría ser compartir una situación de dominación en determinado campo).

Es por ello que la estrategia de visibilidad-revalorización articula desde distintos ejes, siendo la *integración cooperativa*, es decir, la integración entre organizaciones del sector, algo esencial a fortalecer. Por ello, en primera instancia, esta estrategia pretende potenciar el *encuentro entre cooperativistas*. Se busca potenciar el intercambio de experiencias, que



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



posibilite el reconocimiento del otro y autorreconocimiento en términos de lucha compartida, implicando esto una autovalorización de las acciones y los saberes propios como base para la acción conjunta. Esto podemos referenciarlo en términos organizacionales como la instancia de *comunicación interna* que como federación debemos darnos primordialmente para poder darle consistencia a nuestras políticas comunicacionales externas.

El eje de la *comunicación externa*, por su parte, tiene que ver con las acciones tendientes a instituir públicamente la imagen deseada de la federación, y con los actos reivindicatorios necesarios para defendernos de las imágenes negativas instituidas, así como con la difusión de un espacio de contención y acompañamiento de las experiencias de ES que no encuentran organizaciones -gubernamentales o no- que les brinden un lugar de participación en ese sentido.

Para ello, se programaron las siguientes líneas de acción:

- **Encuentros** con modalidad taller entre lxs cooperativistas donde se debatieron el contenido, estética, fundamento, canales de difusión **para la elaboración de los productos comunicacionales de la federación**. Estos productos son: carpeta institucional, cortometraje, página web y revista institucional.

- **Organización de eventos abiertos a la comunidad que sirvan de difusión y discusión sobre la cuestión cooperativa**. Entre ellos, Ciclos de cine debate abiertos a la comunidad, charlas y conferencias con referentes de la ES, ...

### **Algunos resultados del proceso.**

El proceso de trabajo comunicacional llevado adelante con las cooperativas de trabajo asociadas a la federación estuvo guiado por el objetivo de desarrollar una *red comunicativa*, entendiéndose por ésta la circulación de flujos multidireccionales desde los cuales las cooperativas se fortalezcan superando la situación de vulnerabilidad social, política y económica por medio del trabajo digno que asegura tener emprendimientos productivos sustentables. Esta es una forma de llevar adelante prácticas emancipatorias que tiendan hacia la autonomía.

La red comunicativa que se ha desarrollado se asienta sobre 4 ejes, que se retroalimentan mutuamente y que constituyeron los objetivos específicos del plan de trabajo.



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



- por un lado, los espacios de formación y capacitación, que logran disminuir las brechas entre distintos asociadxs en materia de acceso a las NTIC's, conocimiento sobre la economía solidaria y de gestión, al mismo tiempo que potencian espacios de intercambio que fortalecen vínculos y lecturas de la realidad compartidas.
- estrategias de visibilidad, asentadas en distintos productos comunicacionales: sitio web, corto-documental, carpeta institucional, eventos, revista Trabajo Compartido, que facilitan la conectividad entre lxs asociadxs, y acercan a potenciales asociadxs.
- espacio de asesoramiento e intercambio de saberes desde donde resolver colectivamente las problemáticas acuciantes de las cooperativas.
- espacios de encuentro regular, tanto virtual como cara a cara, desde los que se ponen en juego percepciones e intereses que han definido la orientación política de la federación.

En relación a los espacios de formación y capacitación, y encuentros de revalorización de las experiencias cooperativas se lograron grandes avances con las cooperativas y asociadxs con las cuales logramos trabajar. Fue desde el comienzo inabarcable para nosotras la posibilidad de trabajar con la totalidad de lxs asociadxs (más de 1000 trabajadorxs). Sin embargo, el trabajo continuo generó las inquietudes suficientes y asentó las condiciones para que el espacio continúe más allá de nosotras.

Trabajando conjuntamente las cooperativas de la federación incorporaron técnicas de gestión en comunicación interna y externa en instancias de taller donde colectivamente se elaboró el material de comunicación institucional de la federación. Con dos cooperativas trabajamos además su propio material institucional.

Así mismo, asociadxs de las cooperativas se familiarizaron con el lenguaje y herramientas informáticas posibilitando una mejora en la gestión de sus emprendimientos, una disminución de la brecha informática, y mayor facilidad para que la comunicación se desarrolle a través de medios de conectividad virtuales.

Por otro lado, consideramos muy valioso que la federación logro afianzar una modalidad de trabajo estable la cual consiste en una reunión-asamblea mensual donde se toman las decisiones que hacen a la orientación de las actividades de la federación. Esa reunión, se complementa con las reuniones semanales del 'equipo', donde nos juntamos el consejo de administración, las comunicadoras, administrativo, y lxs asociadxs que deseen participar. A



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



si mismo, la planificación se incorporó dentro de la dinámica de trabajo de la federación. Ello da cuenta de una mirada a largo plazo que busca trascender la visión que sólo vive el día a día y/o se orienta únicamente en función de las necesidades más inmediatas. De igual modo, la instancia de evaluación se incorporó como una instancia ineludible luego de cada actividad realizada.

Consideramos que se presenta como un desafío seguir pensando y problematizando la participación. A partir del trabajo realizado, se incremento el número de participantes en la construcción de la federación Podemos diferenciar quienes participaron de forma más activa dinamizando la actividad de la federación, produciendo y organizando actividades, de quienes participaron de forma más pasiva (o tímida) asistiendo y aportando pero solo en las instancias de encuentro. Sin desconocer la importancia de estos avances, debemos no perder de vista que las personas que participan en estas instancias en general son siempre las mismas.

Cada cooperativa de base había designado un referente para la comunicación con IFICOTRA para hacer más operativo el trabajo, pero esto en algunos casos se tornó contraproducente al no ser óptimo el flujo de comunicación de lxs referentes hacia lxs socixs y viceversa.

Teniendo en cuenta estas limitaciones, podemos decir que la participación efectiva y continua quedó circunscripta a un grupo reducido de personas, las cuales disponen de mayores posibilidades materiales de traslado y sobre todo de tiempos flexibles para poder compatibilizar la actividad de la federación con su actividad estrictamente laboral.

En cuanto a las estrategias de visibilidad se logró colocar a IFICOTRA como un actor dentro de la escena pública. Si bien en relación de fuerzas su lugar sigue siendo periférico, podemos decir que se ha logrado colocar como un referente del cooperativismo de trabajo dentro del sector de la Economía Solidaria. Además, los productos comunicacionales como el corto-documental<sup>3</sup> y la página web son soportes que refuerzan todas las actividades de visibilidad que la federación emprenda en el corto y mediano plazo.

En relación al espacio de asesoramiento interdisciplinario, hasta el momento es un eslabón de la red en el que los flujos de demanda se orientan todos hacia el mismo grupo

---

<sup>3</sup> Este producto comunicacional se encuentra aún en proceso de edición.



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



de personas. Eso es porque el equipo de trabajo se ha constituido como el espacio destinatario de consultas, no lográndose aún que ese lugar sea asumido por distintos referentes de las cooperativas como oportunidad para participar y aportar.

En cuanto a las instancias regulares de intercambio que al comienzo del proceso fueron fluctuantes en su regularidad, hoy podemos afirmar que existe una dinámica de trabajo estable que asegura e impulsa estos espacios. Además, estos espacios cada vez más surgen de una necesidad de encuentro resultado de las acciones que se están llevando a cabo. Los encuentros cara a cara son complementados desde una continua comunicación virtual.

Lo actuado durante el 2010, los logros y los cursos de acción sobre los que seguir trabajando, nos lleva necesariamente a pensar las potencialidades de los cuerpos como espacios de conflicto y de lucha, las posibilidades de los individuos de recuperar su dominio y soberanía a través de la autogestión laboral, cooperación y solidaridad. Las experiencias de cooperación o Economía Social ponen en crisis la lógica del modelo de mundo/sociedad hegemónico, por lo tanto, ponen en jaque algunas de las certezas sobre las que se asienta lo que se nos presenta como real desde las instituciones de dicho modelo (democracia liberal, empresas, escuela, universidad, medios de comunicación, estructuras partidarias, etc.).

Pensar las experiencias de Economía Solidaria como prácticas alternativas de producción, consumo y relaciones interpersonales permite re-valorizarlas como espacios desde donde potencializar la autonomía individual y colectiva. **Encontramos en la constitución de la red comunicativa entre las cooperativas de IFICOTRA el puntapié para un proceso cuyos resultados, si bien son imposibles de predecir, se espera sean la constitución de una genuina opción de vida para el acceso al derecho al trabajo digno y al bien vivir.**

Por la modalidad de trabajo que nos dimos todas estas instancias partieron de pensarse como producciones colectivas donde los asociados de las distintas cooperativas. Estas producciones colectivas posibilitaron aunar los lazos entre inter-cooperativas. A su vez, sirvió como proceso de introspección al interior de las propias cooperativas dado que les llevaba a preguntarse por el propio lugar. Por ejemplo, Sol de Yofre, cooperativa conformada por mujeres que se organizaron tras la debacle del 2001, en uno de los talleres de



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



comunicación *definió su identidad externa ligada a la perspectiva de género*. Por otro lado, Cor-Cor, cooperativa de recicladores de residuos urbanos, *definió su identidad externa ligada a la inclusión social y la perspectiva ambiental*. La identidad externa de IFICOTRA quedó *definida en clave de red de organizaciones de la economía solidaria como espacio de economía alternativa a la capitalista*, en una serie de tres encuentros en los que participaron referentes de casi todas las organizaciones.

Estas actividades fueron centrales para dar la discusión al interior de la organización Ificotra, así como de las organizaciones cooperativas, sobre los objetivos, perspectivas a largo plazo, carencias y horizonte político de la federación. Así mismo, las instancias de actividades abiertas a la comunidad llevaron a repensar y volver sobre la propia identidad frente a un 'otrx' frente al cual me expongo como grupo. De esta forma, lxs cooperativistas ponían en juego sus percepciones, que en la misma tarea se iban transformando colectivamente, sin posibilidad de que ningunx pudiera imponer desde arriba una única definición. Aparece aquí un resultado que trasciende a la adquisición de competencias de comunicación institucional o la elaboración de una material de comunicación externa; y esto hace al nudo de la problemática subyacente en IFICOTRA: que lxs cooperativistas han hecho más consciente el hecho de que son agentes que disputan en las luchas simbólicas por la definición legítima de la economía desde prácticas alternativas a la dominante. La producción de estos materiales, al requerir que se expliciten los marcos de referencias, y las percepciones sobre la realidad/economía social, desde donde lxs cooperativistas asumen la construcción de sus cooperativas, la federación, y la Economía Solidaria, permitió que se establezcan ciertos consensos acerca de cómo encarar esta tarea, que es el proceso de *decodificación crítica del código dominante, y la construcción del propio código*.

### **Construyendo un marco de referencia compartido**

Podemos afirmar que existe una revalorización del ser cooperativistas, *en términos de una elección*, de un modo de vida distinto al que propone el sistema económico dominante. Ello lo consideramos un resultado de que cada actividad que se realizó fuese *una actividad que nos sitúe en el mundo*. Con ello apuntábamos a que cada ejercicio que tuviese por objetivo incorporar herramientas comunicacionales de gestión y visibilidad fuese atravesado





INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



por el contexto particular que caracteriza a estas experiencias económicas: ser parte del sector de la economía solidaria. Con ello se logró:

\* que se reconocieran las diferencias específicas de ellxs como productores/trabajadores en el marco de una economía capitalista pero con un modo de organización y producción cooperativo;

\* que se hicieran conscientes las modalidades de trabajo al interior de las cooperativas;

\* que se evidenciaran las diferencias entre el discurso y la práctica;

*\* que se reconocieran las fortalezas y las debilidades que les aquejan;*

La puesta en discurso de las propias experiencias, y el encuentro con otras experiencias en instancias de comunicación no mediada y no dirigida, posibilitaron poner en juego las percepciones de lxs cooperativistas. Desde nuestra visión la importancia de este logro es central: las percepciones son el marco de referencia y orientan nuestra acción en el mundo. De ello podemos identificar los siguientes resultados: un aumento más que significativo en la cantidad de acciones colectivas emprendidas, un cambio subjetivo en la percepción de lxs cooperativistas al revalorizarse como agentes de acción y de cambio; el fortalecimiento de la percepción de lxs cooperativistas como grupo, lo cual implica consolidar un identidad como sector del cooperativismo de trabajo.

Un quiebre significativo en el funcionamiento de IFICOTRA, que comenzó a vislumbrarse a principios de 2009 y se concretó durante el 2010, es que comenzó a ser considerado como **un espacio válido para la acción colectiva**; como un espacio donde organizarse como trabajadores para disputar aquello que definen como un derecho innegociable: el trabajo. Un indicador esta transformación es que las cooperativas dejaron de hablar de IFICOTRA como una 'cooperativa de segundo grado' o 'instituto de financiamiento', para hacer énfasis en el referente identitario de 'la federación de cooperativas de trabajo de Córdoba', donde el acceso al crédito es sólo uno de los servicios que se autogestionan las cooperativas. Así, en los espacios de enunciación hacia el afuera (página web, carpeta de presentación institucional) IFICOTRA consensuó definirse a sí misma como "El Instituto para el Financiamiento de Cooperativas de Trabajo es una federación desde la cual las cooperativas de trabajo autogestionado solidario logran mediante la integración fortalecerse



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



como emprendimientos productivos sustentables, consolidando un modelo empresarial de economía solidaria. Para ello, el servicio de financiamiento es complementado con un acompañamiento a las cooperativas en los aspectos que ellas requieren: representación institucional y gremial, asesoramiento legal, contable, de gestión, capacitación, comunicación, etcétera.”

Al mismo tiempo, gracias a que se potenció el conocimiento y reconocimiento mutuo entre cooperativistas, cada cooperativa en particular cuenta con un panorama más claro de su lugar en el campo: comienzo de un vínculo, reconocer problemáticas comunes, socializar dificultades, encontrar saberes prácticos de la propia experiencia para compartir y adquirir, apertura al diálogo, acercamiento, conocimiento de que existen problemáticas y dificultades comunes. *Esto generó una tendencia a abandonar el aislamiento, pues la fragmentación es una característica intrínseca de este sector del campo de la economía solidaria<sup>4</sup>.*

### **La comunicación para renovar el sentido de la extensión.**

Llegando al final de esta presentación quisiéramos compartir algunas reflexiones en torno a sensaciones y visiones que atraviesan nuestro quehacer.

Más de una vez nos hemos preguntado si lo que nosotras llevamos adelante es extensión. Un término con el que nos sentimos más de una vez incomoda.

Por un lado, nos parece interesante recuperar la reflexión que hace Paulo Freire respecto al término:

Nos parece que la acción extensionista implica, cualquiera que sea el sector en que se realice, la necesidad que sienten aquellos que llegan hasta ‘la otra parte del mundo’, considerada inferior, para, a su manera, ‘normalizarla’. Para hacerla más o menos semejante a su mundo.

De ahí que, en su ‘campo asociativo’, el término extensión se encuentra en relación significativa con *transmisión, entrega,*

---

<sup>4</sup> Para ejemplificar el aislamiento entre las experiencias no existe mucho material elaborado. Sin embargo, tomaremos como dato relevante que según censo de 2006/2007 el 72,8% de las cooperativas no se encontraba integrada a alguna federación. Las Cooperativas y mutuales en la República Argentina: rempadronamiento Nacional y censo económico sectorial de cooperativas y mutuales. Coordinado por Carmen Báez, dirigido por Guillermo Martini. 2da ed. – Buenos Aires. Inst. Nacional de Asociativismo y Economía Social – INAES, 2008.



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



*donación, mesianismo, mecanicismo, invasión cultural,  
manipulación, etcétera.* <sup>5</sup>

No desconocemos que la precedente cita pertenece a un escrito que data de 1973, y que las discusiones en lo que hace a la extensión han tensionado y puesto en cuestión las significaciones allí vertidas.

Sin embargo, consideramos que no están saldadas aún las diferencias en cuanto a cómo entender la extensión desde el ámbito universitario, y seguramente nunca lo están – y eso lo hace interesante y humano al a vez.

Desde un primer momento, se presenta a la extensión desde dos concepciones. Por un lado, cursos arancelados como máxima expresión de la mercantilización del conocimiento, que pierde, al someterse a las leyes ‘de la oferta y la demanda’, su razón social de existir. Por otro lado, la extensión se la asume –en una visión caricaturizada y lavada de las relaciones de poder que las atraviesan- como el trabajo con los sectores populares, los de abajo, asumiendo matices que lo acercan demasiado a lógicas caritativas y asistencialistas, es decir, las lógicas de determinados grupos de la Iglesia Católica y del Estado. A ello hay que sumar que se la diferencia de la docencia y de la investigación. En el mejor de los casos se la calificara como ‘investigación aplicada’.

Desde nuestro punto de vista, la extensión, no puede escindirse de la tarea educativa y de la producción de conocimiento.

Desde la extensión se produce conocimiento que parte desde la realidad, desde lo concreto, para llegar a niveles de mayor abstracción. Es por ello, que se contrapone con el modismo de intentar ‘encajar’ ‘teorías’ sobre los fenómenos sociales. Se produce conocimiento desde las prácticas. Pero sabemos, que las condiciones de intervención y producción, por el relegamiento que tiene la extensión como opción de trabajo frente a los espacios de saber consagrados en la Academia, hace que mucho de este conocimiento se pierda.

---

<sup>5</sup> Freire, Pablo (2007): ¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural. Siglo XXI ed. Pág 21.



INTEGRACION,  
EXTENSION,  
DOCENCIA  
E INVESTIGACION  
PARA LA  
INCLUSION  
Y COHESION  
SOCIAL

22 AL 25  
NOVIEMBRE  
DE 2011  
SANTA FE  
ARGENTINA



Por otro lado, si desde al ámbito universitario se pretende propender hacia sociedades más justas, equitativas, democráticas, la extensión orientada hacia un trabajo conjunto con los sectores de la sociedad organizadxs y/o vulnerabilizados, para su fortalecimiento en términos de potenciarles(nos) como sujetxs de acción y transformación.

Por ello recuperamos la concepción que hace Freire de extensión, ya no cómo se la entiende desde las anteriores acepciones, sino como *comunicación, cómo dialogo*.

El énfasis que en el presente proyecto se pone en otra mirada de la comunicación, que la coloque por fuera y más allá de la faz instrumental, utilizada y difundida desde los medios de comunicación masivos y desde la educación bancaria, se debe a que encontramos en ella la potencia para un transformación cualitativa de la realidad, en clave de la constitución de subjetividades autónomas.

## BIBLIOGRAFÍA

Abatedaga, Nidia. (2008) *Comunicación. Epistemología y metodologías para planificar por consensos*. Córdoba: Editorial Brujas.

Bourdieu, Pierre. (1992) *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo*. Barcelona. Anagrama.

Castoriadis, Cornelius. (1997). Poder, política, autonomía. En: *Un mundo fragmentado*. Buenos Aires: Altamira. Disponible en: <http://www.ub.es/dptscs/textos/CASTORIADIS%20-20Poder%20politica%20autonomia.pdf>

Freire, Pablo (2007): *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. Siglo XXI ed.

Poirier, N. *Castoriadis y el imaginario radical* (2007). Buenos Aires: Nueva Visión.

Zibechi, Raúl. (2007, noviembre 13). Los movimientos sociales como sujetos de la comunicación. *Revista América Latina en Movimiento* [on line], 426. Disponible en: <http://alainet.org/active/23062&lang=es>