

## **Laboratorio de Comunicación y Producción de Contenidos para potenciar la Red de Economía Solidaria en Córdoba.**

**Por: Lic. Cravero, Romina y**

**Lic. Villarroel, Melisa**

El *Laboratorio de Comunicación y Producción de contenidos para potenciar la Red de Economía Solidaria en Córdoba* es un proyecto que desarrollamos durante el año 2012 desde IFICOTRA junto a otras organizaciones de la economía solidaria. Sus ejes de trabajo -abordados desde la perspectiva educacional anclada en la investigación-acción-participativa- fueron: la producción colectiva de contenido con cooperativistas y la visibilidad interna (dentro de la Federación) y externa (otras organizaciones y la ciudadanía ampliada).

Su objetivo fue vehiculizar aportes comunicacionales que sirvan de soporte para los procesos político-económicos que lxs trabajadores organizados despliegan. Para ello, el proyecto desarrolló estrategias comunicacionales que crearon nuevos canales y nodos a la red de cooperativas de trabajo cordobesas. En este sentido, el Laboratorio contribuyó a fortalecer la red de economía solidaria, incrementando y profundizando las articulaciones políticas, comerciales y culturales partiendo desde los valores, prácticas cotidianas y luchas del sector.

### **Comunicación para la autonomía**

El Laboratorio se fundamentó en otra mirada de la comunicación social, que la coloca por fuera y más allá de la faz instrumental, utilizada y difundida desde los medios de comunicación masivos y desde la educación bancaria. Esto se debe a que encontramos en esta *otra comunicación*, la potencia para una transformación cualitativa de la realidad en clave de la constitución de subjetividades autónomas que asumen la dimensión poética de la acción.

Entendemos que el dominio histórico social capitalista, en tanto una forma particular de organización social, en primera instancia no es experimentado como tal (es decir, como una forma particular de organización social), y nos encierra en un sistema de interpretación del mundo que deja numerosos asuntos sin cuestionar volviéndolos pensamientos impensables (Castoriadis, 2005). Simplemente, se encuentran naturalizados, quedando en el orden de lo dado de una vez y para siempre. Pensar la comunicación sin reducirla a su aspecto instrumental, nos posibilita acercarnos a procesos de cuestionamiento del orden dado, de lo vivido como inmutable y ahistórico, tendiendo puentes hacia prácticas de autonomía. Porque la comunicación es primordialmente una relación social y en este sentido constitutiva de subjetividades. Abatedaga (2008:20), tomando los aportes de Bordenave y Carvalho, 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". En este plano la economía asentada en trabajadores autogestionarixs y en prácticas solidarias organizadxs democráticamente abre el juego para el desarrollo de la comunicación para la autonomía (Cravero y Villarroel: 2012).

### **Sobre la metodología de trabajo**

En el proceso de intervención llevado adelante hemos trabajado desde una perspectiva edu-comunicacional, anclada en la investigación-acción-participativa y la visión de la comunicación y educación popular, que pone el acento en el conocimiento práctico y la capacidad de reflexión de lxs actores. Desde esta perspectiva, se pone énfasis en los *procesos* antes que en

los contenidos y se recupera a las personas como *actores protagónicos*, ya no solo receptores. Es por ello que las metodologías que se utilizaron se centraron en *generar las condiciones para la participación y el protagonismo de lxs cooperativistas*.

Para lograr estos propósitos, se plantearon *metodologías de trabajo colectivo* desde una perspectiva educativo – comunicacional por búsqueda de consensos. Es decir, se parte desde el contexto particular – específico – territorial, para pensar sobre la propia realidad, enfrentando las percepciones de lxs interlocutores para llegar a consensos sobre definiciones con grados de mayor abstracción, para volver nuevamente sobre la propia realidad pero ya siendo otrxs. Esto es lo que llamamos la *Metodología Dialéctica de la Educación Popular*.

El punto de partida fueron los intereses e inquietudes que plantearon asociadxs de las distintas cooperativas de base. Para ello:

1- Se llevó adelante un proceso de diagnóstico y evaluación permanente a fin de recuperar las necesidades e inquietudes de lxs cooperativistas, e identificar los cambios que se iban desarrollando: *trabajo en reuniones ampliadas con cooperativistas, trabajo en conjunto con los equipos de comunicación, círculos de evaluación internos de las comunicadoras post-actividades, evaluaciones con el equipo de trabajo post-actividades*.

Es así como surge el Laboratorio como dispositivo para transformar algunas de las situaciones problemáticas que identificamos junto a las cooperativas de trabajo de la federación: 1) la dificultad para difundir una imagen pública desde los valores del sector; 2) la insuficiencia de canales que lleguen a la totalidad de asociados/as, así como organizaciones y ciudadanía ampliada; 3) la escasa articulación intercooperativa con fines comerciales, económicos, educativo-culturales y político-ideológicos; y 4) la necesidad expresada por las cooperativas de extender la Red ampliando el grupo que participa activamente e incorporando a otras cooperativas de trabajo.

Entendimos que además de las problemáticas que identificamos junto a las organizaciones, ligadas a su actividad, era necesario leer el lugar en el mundo de éstas organizaciones. En función de eso, comprendimos que estas problemáticas se entrelazan fuertemente con el contexto de fragilidad estructural del cooperativismo de trabajo, resultado de plantear lógicas diferentes y disputar los sentidos del trabajo, el trabajador y la economía al paradigma hegemónico del capitalismo. Esta situación de vulnerabilidad se plasma en diferentes ámbitos: ingresos insuficientes en lo económico, dificultades para pensarse como trabajadores autogestionados en lo cultural, así como para conformarse como sector articulando a nivel político. A su vez, las atraviesa una vulnerabilidad específica: la insuficiencia de canales y espacios de comunicación, para expresar, difundir, consolidar y construir, la economía solidaria como modo de vida y cultura alternativa.

2- Se trabajó desde la *metodología de taller* en los espacios de reunión, encuentros de discusión y producción. Entendiéndose por ella, el énfasis en:

- La *planificación de cada actividad partiendo de la evaluación* del taller/encuentro anterior, la definición de objetivos por taller/encuentro enmarcados en los objetivos generales del proyecto, para luego definir las dinámicas más adecuadas en función del grupo y el momento del proceso.

- La *producción colectiva del conocimiento* en contraposición con una concepción del proceso educativo como una relación vertical y de transmisión del conocimiento de un emisor a un receptor. Aquí el intercambio comunicativo multidireccional, posibilita que lxs participantes aporten su experiencia particular, enriqueciendo y ampliando la experiencia colectiva.

- La *relación de horizontalidad entre talleristas y 'participantes'*. Esto no es desconocer las diferencias existentes y objetivas, sino, más bien establecer un vínculo en términos de pares que se enriquecen mutuamente, donde todxs tienen algo para compartir y aportar desde las diferencias.

- *La importancia de la palabra.* Es decir, que lxs participantes tomen la palabra, enuncien sus problemas, sensaciones, experiencias, opiniones. En tanto se entiende que la toma de la palabra es un proceso de introspección personal, y la principal productora de vínculos. Por ello, se prioriza que la palabra se distribuya de la forma más equitativa posible, y que se generen las condiciones para que lxs talleristas vayan desarrollando cada vez más esa capacidad.

- *Partir de la propia experiencia y realidad.* Se procuraba partir desde las experiencias de lxs asociadxs en sus cooperativas, para luego hacer una lectura de ellas con los elementos brindados por la teoría, y lograr producir cambios concretos sobre ello (metodología dialéctica de la Educación Popular). Es por ello, que todas las actividades llevadas adelante se desarrollaron enmarcadas en los valores culturales del sector de la economía solidaria. Al mismo tiempo que se hizo hincapié en que cada espacio de formación y discusión tuviera como resultado productos comunicacionales y/o acciones dirigidas al cambio.

3- Se utilizaron *técnicas de trabajo colectivo*. Tales como:

- Técnicas de Grupo Nominal: que supone análisis conjunto de alternativas.

- Forum Comunitario para la evaluación de las alternativas trabajadas en comisiones y la toma de decisiones para continuar el trabajo.

- Técnicas de animación de la educación popular para potenciar la participación, la reflexión y la des-inhibición de lxs cooperativistas tanto en capacitaciones como en las reuniones-asambleas o encuentros de discusión.

- Entrevistas en profundidad en la etapa de re-diagnóstico.

### **El Laboratorio como dispositivo de trabajo**

Como estrategia de trabajo para abordar los problemas identificados, organizamos las acciones del siguiente modo:

**I) Laboratorio de comunicación producción de contenidos:** La propuesta se centró en trabajar la experimentación desde saberes prácticos para la elaboración de estrategias y productos de comunicación. La *experimentación* implica un proceso de “ida y vuelta” entre “formación” y “producción” en el que al tiempo que se buscan elaborar recursos para la resolución de necesidades comunicacionales, se crean y se socializan colectivamente las herramientas técnico-conceptuales que permiten elaborarlos.

En el Laboratorio las producciones comunicacionales (artículos periodísticos, micros audiovisuales/radiales, catálogo cooperativo, etc.) son un medio que posibilitaron contar con productos que visibilicen las experiencias desde los valores del sector, pero además permitieron vehicular procesos y flujos de comunicación interna en torno a la identidad colectiva, así como dinamizar la participación propiciando el acercamiento de asociados/as que no participaban, y tener canales dónde ver plasmados logros y debates que se dieron en la federación. Para animar a la participación y organizar el trabajo, se generó la siguiente estrategia organizativa:

**a- Conformación de un equipo de producción.** Partimos de trabajar con los referentes más activos de las distintas cooperativas, para posteriormente sumar otros/as asociadas. Este grupo que se pensó originalmente estable y con reuniones periódicas pasó a ser un grupo itinerante que se conformaba por proyecto. –Con estos equipos definimos los productos comunicacionales a realizar: *tipo de producto, objetivos, temas a tratar, realizar entrevistas, artículos, informes, convocar a otrxs asociadxs o personas a producir, definir canales de difusión, diagramación.*

**b- Talleres de formación de referentes-formadores:** Realizamos talleres sobre herramientas básicas de comunicación comunitaria y popular que permitían *situarnos desde las cooperativas de trabajo*, enmarcadas en la *Red de Economía Solidaria que es IFICOTRA*, y llevar adelante el proceso reflexivo de apropiación de derechos, de problematización y expresión de su identidad. A su vez, estos encuentros buscaron brindar técnicas para propiciar la democratización de la palabra y la participación, así cada referente podría llevarlas a sus cooperativas.

## **II. Estrategia de visibilidad**

Para abordar la difusión desde el equipo de producción identificamos dos circuitos de visibilidad: uno interno y otro externo. Partiendo de que la Federación está compuesta por más de mil trabajadores, y el grupo activo estaba conformado por unas 30 personas, se volvía necesario generar estrategias de acercamiento a los/as asociadas/os que no participaban activamente. Por ello, se consideró a los productos comunicacionales como una instancia en la que algunos/as se sumaban a producir, y el resto accedería a ellos como un documento que les invitara a 'encontrarse' con la federación. El eje de trabajo era difundir las distintas experiencias de autogestión y las discusiones de IFICOTRA a través de los productos de comunicación.

Desde el equipo de trabajo se decidió realizar:

- micros audiovisuales que contaran las experiencias plurales de las cooperativas de trabajo,
- coberturas noticiosas sobre las acciones que llevaban a cabo las cooperativas y otras organizaciones de la economía solidaria,
- catálogo-guía de organizaciones de la Economía Solidaria de Córdoba, iniciativa que permitió acercarse a organizaciones que no se encontraban integradas en la Federación y sistematizar la información dispersa de las cooperativas de trabajo, siendo un espacio de reconocimiento, vinculación y difusión de las organizaciones.<sup>1</sup>

Para la difusión de los productos decidimos crear soportes propios, un sitio web para el catálogo y un blog "Cooperación+Trabajo" donde publicar todos los contenidos generados. Así mismo se crearon perfiles en las redes sociales y se difundieron las iniciativas y eventos en medios de comunicación.

Junto al equipo de trabajo se organizaron charlas, ferias y cine-debate sobre los micros audiovisuales en las cooperativas. A su vez estas acciones se complementaron con una difusión externa con la participación del equipo en Encuentros, Jornadas, Charlas, Foros de Economía Social y Extensión donde se difundió la experiencia.

## **Reflexiones sobre la experiencia**

*El Laboratorio de Comunicación y Producción de contenidos para potenciar la Red de Economía Solidaria en Córdoba*, fue el modo que encontramos para generar acciones que permitieran abordar las problemáticas que identificamos junto a IFICOTRA. Es por ello una experiencia situada que se organizó a partir de unos saberes y recursos concretos y cuyo relato no busca esbozar una técnica sino compartir la experiencia que puede provocar resonancias en otros procesos similares. Desde esta perspectiva, la planificación -como proyección de acciones en términos de caminos para acercarnos a una situación deseada en base a un esbozo de una realidad que entendemos transformable- es una instancia de problematización y aprendizaje que debe ser llevada a cabo de manera colectiva. Quien planifica, no define unilateralmente las situaciones ni los horizontes a los que se pretende llegar. Sobre nuestra participación en el Laboratorio podemos decir que estuvo marcado por la implicancia sostenida en el deseo y la inquietud compartida con las organizaciones de transformación. Construimos nuestro lugar desde el rol de dinamizar procesos, socializar conocimientos y realizar la coordinación operativa del laboratorio.

En términos de impacto los resultados del proyecto son difíciles de medir. Se logró poner en juego discursos que circularon y disputaron las significaciones hegemónicas en relación al trabajo y a la economía visibilizando experiencias de economía solidaria. Así mismo, pudimos identificar más de 30 organizaciones que se acercaron a la Federación y cooperativas que comenzaron a realizar intercambios comerciales a partir de su inserción en el proyecto. Consideramos que evaluar el impacto implica pensar más allá de los productos y de las cifras, la producción de estos discursos fueron ejercicios de construcción de identidades colectivas (sujetos y organizaciones que se reconocieron parte de la economía solidaria, de la Federación, del movimiento del cooperativismo,

---

<sup>1</sup> Sobre esta experiencia se puede profundizar en el Capítulo 3 de la presente publicación.

etc). Compartir con otras cooperativas, tanto el producto finalizado como las instancias de trabajo, permitió el reconocimiento, el aprendizaje y el ejercicio de reflexividad sobre la propia experiencia. Entendemos que estos procesos son el primer escalón para emprender acciones colectivas de transformación.

## **Bibliografía**

Abatedaga, Nidia (2008) *“Comunicación. Epistemología y metodologías para planificar por consensos”* -1a ed. Córdoba: Editorial Brujas.

Castoriadis, Cornelius (2005) *“Poder, política y autonomía”* en Ferrer, Christian Comp, *“El lenguaje libertario: antología del pensamiento anarquista contemporáneo”* -1a. ed. - La Plata: Terramar.

Cravero, Romina y Villarroel, Melisa *“Comunicación y autogestión para potenciar prácticas de autonomía. Sistematización de una experiencia de comunicación con cooperativas de trabajo de Córdoba.”* Sin publicar. Disponible en la biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Información, UNC.