



Universidad
Nacional
de Córdoba



FCC
Facultad de Ciencias
de la Comunicación

Universidad Nacional de Córdoba
Repositorio Digital Universitario

Comunicación para la autogestión laboral

Nidia Abatedaga

Cómo citar el trabajo:

Abatedaga, Nidia. (2012). Comunicación para la autogestión laboral. Trabajo presentado en las *Terceras Jornadas de Comunicación Institucional y Primer Encuentro Nacional de Cátedras de Comunicación Institucional, Organizacional y Planificación de la Comunicación*. San Miguel de Tucumán: Universidad Nacional de Tucumán. Disponible en: <http://hdl.handle.net/11086/5237>

Licencia:

Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional



3° Jornadas de Comunicación Institucional y Primer Encuentro Nacional de cátedras de Comunicación Institucional, Organizacional y Planificación de la Comunicación.

Organizado por la Cátedra de Comunicación Institucional de la Facultad de Filosofía y Letras. Universidad Nacional de Tucumán y RedCom

Autora: Dra. Nidia C. Abatedaga

Institución de pertenencia: Escuela de Ciencias de la Información. U.N. Córdoba

Correo Electrónico: nidiaabatedaga@yahoo.com.ar

Área: Subjetividad y comunicación en instituciones / Participación y Poder

Palabras clave: autogestión – comunicación – identidades laborales

Título: Comunicación para la autogestión laboral

Resumen

Los integrantes de grupos sociales que comenzaron un emprendimiento laboral autogestionado, enfrentan grandes desafíos de gestión y de auto - reconocimiento de la identidad colectiva. Estos procesos requieren de la comunicación interpersonal y de procesos intergrupales; flujos de interacción necesarios a la gestión del proceso de trabajo, que aquí denominamos interacciones comunicativas instrumentales.

Asimismo, el transcurso de estas últimas conlleva procesos no instrumentales, en tanto constituyen las condiciones de posibilidad de la formación de subjetividades laborales de diferentes características: mientras las relaciones capital/trabajo requieren comunicaciones verticales, que reproducen el vínculo de mando/obediencia y subjetividades ligadas a la identidad de “patrón” y/o a la de “empleado”, los emprendimientos autogestivos demandan procesos de interacción comunicativa horizontales, favorables a relaciones laborales no autoritarias.

Sin embargo, investigaciones recientes evidencian que las subjetividades de trabajadores autogestionados no siempre son coherentes con identidades diferentes a las de “empleado” o “patrón”, por lo que se encuentran dificultades para el auto reconocimiento de una identificación de trabajador colectivo autogestionado.

Planificar interacciones comunicativas que inspiren subjetividades de *trabajadores sui generis*, requiere considerar dos momentos. El primero orientado a lograr la apropiación comunicativa por parte de los protagonistas, para que elaboren significaciones genuinas y tomen conciencia de la posición laboral colectiva. El segundo momento conducente a lograr un cambio de actitud, un movimiento tendiente al *hacer práctico y comunicativo* que implica la puesta en acto de la apropiación y posibilita una autogestión consciente y una identidad coherente.

En la consecución de estos procesos los profesionales podrán desempeñar una imprescindible función de animadores socio – comunicacionales, que implica a la vez que activar procesos sociales, inducir paralelamente la progresiva autonomía decisoria del colectivo.

Comunicación para la autogestión laboral

El contexto de estudio

La crisis económica, política y social de fines del siglo XX en nuestro país ¹ tuvo una extensión y una profundidad que condujo, entre otras consecuencias, al quiebre de muchas de las formas de relaciones laborales que hasta el momento habían dominado. (Fajn, Gabriela; 2005) Ante la fuga de capitales y el cierre de numerosas firmas en el país, emergieron formas organizativas novedosas, tales como los clubes de trueque, las asambleas barriales y la organización de trabajadores autogestionados, entre otras articulaciones remozadas.

Sin embargo algunos estudios mostraron² que a lo largo del siglo XX de la historia de nuestro país, no siempre que hubo crisis económicas con fuga de capitales, gran cantidad de quiebras empresarias, salarios deprimidos y altos índices de desocupación se produjeron incrementos en la cantidad de cooperativas. El estudio lleva a pensar que si bien en algunos casos las experiencias de recuperación de empresas quebradas se encuentran en alguna medida asociadas a graves conflictos económicos, no se sigue que estas crisis necesariamente deriven en el incremento en las formas cooperativas de gestión.

Tampoco se puede afirmar que se produjeron únicamente por estos factores externos, tomando en consideración que hubo otros periodos históricos de relativa estabilidad económica en los cuales aumentó notablemente la cantidad de estas entidades.

El análisis de los factores contextuales económicos de crisis empresaria y ocupacional y el estudio de las condiciones político - estatales revelaron haberse constituido en una estructura de oportunidades necesaria donde las experiencias tuvieron lugar, condiciones que sin embargo no pueden explicar de modo suficiente los

¹ El año 2001 Argentina fue escenario del desenlace de un proceso originado en el modelo neoliberal propuesto por los organismos internacionales (B.I.D. y F.M.I.) e implementado por ideólogos locales. Iniciado durante los '80 y profundizado durante la década de 1990, los planes de ajuste y medidas netamente recesivas provocaron movilizaciones sociales y desataron una crisis política que para diciembre de 2001 hizo suceder tres presidentes en menos de 2 semanas. El año 2002 mostró la agudización de variables laborales macroeconómicas, con un 20 % de desempleo abierto y un 39 % de la PEA subutilizada (Comisión Económica para América Latina y el Caribe. 2003/4); la agudización de los indicadores de pobreza en el país (datos publicados en la edición de diario Clarín el 23 de noviembre de 2001 indicaban que había un 40 % de la población por debajo de la línea de pobreza) y el cierre de numerosas firmas pequeñas junto a la fuga de grandes capitales transnacionales. (Schorr, Martín; 2002)

² Abatedaga, Nidia (2012) Tesis Doctoral *¿Por qué la opción de apropiación colectiva? La comunicación en los medios masivos recuperados*. Universidad Nacional de La Plata.

motivos que llevaron a los trabajadores a tomar las decisiones al momento de producir el cambio de posición en las relaciones de producción.

De allí que se volvió necesario analizar las condiciones ideológicas de subjetividad colectiva predominante en diferentes momentos históricos, lo cual proporcionó una veta relevante de elucidación de motivos complementarios en la decisión de los trabajadores.

Entre otras condiciones de desarrollo de la ideología, se pudo mostrar que los intercambios dialógicos también son condiciones necesarias para la formación de subjetividades colectivas, que se vuelven capaces de asumir la situación de socio – trabajador – cooperativo.

Se advirtió que en aquellos periodos de crisis económicas donde se habían incrementado la cantidad de cooperativas, predominaron características culturales generales que mostraron subjetividades colectivas no diezmadas ni retraídas sobre sí, tampoco lúgubremente intentando salidas individuales o soluciones que apelen a la mera subsistencia. Más bien el clima ideológico frente a la incitante situación mostró subjetividades colectivas puestas en movimiento para enfrentar la crisis, inventando estrategias conjuntas de solución y dispuestas a poner en debate ideologías diversas.

La cuestión comunicacional

El seguimiento realizado durante los últimos años de algunos casos de empresas recuperadas y de otros donde ciertos grupos sociales que permanecían desocupados decidieron organizarse y autogestionar emprendimientos laborales ³ mostró que los trabajadores enfrentan grandes desafíos de gestión, tales como falta de participación de los asociados en instancias de decisión, el predominio de procesos delegativos, escasa visibilidad pública del emprendimiento que perjudica la comercialización, entre otros. ⁴

Respecto de ellos, se sabe que la superación de las dificultades planteadas en la gestión requieren de la comunicación interpersonal y de procesos intergrupales; flujos de interacción necesarios a la gestión del proceso de trabajo, que aquí denominamos interacciones comunicativas instrumentales.

Pero además, los problemas más serios que mostraron los trabajadores autogestionados en cooperativas, son los referidos a que los grupos no detentan

³ El seguimiento es realizado por un Equipo de Investigación de categoría “A” con subsidio de Secyt de la Universidad Nacional de Córdoba desde 2010 hasta la actualidad.

⁴ Para un desarrollo más completo de las problemáticas detectadas se puede consultar Abatedaga, N. y Siragusa, C. (coord.) (2012) *Comun(ic)ación Cooperativa. Estrategias, Herramientas y Reflexiones*. Ed. Topos&Tropos. Córdoba.

subjetividades colectivas homogéneas de trabajadores-socios-cooperativos y en consecuencia tienen dificultades para lograr el auto-reconocimiento de una identidad colectiva coherente con la posición laboral que tienen. En otras palabras, investigaciones recientes evidenciaron que las subjetividades de trabajadores autogestionados no siempre son coherentes con identidades diferentes a las de “empleado” o “patrón”, por lo que se encuentran dificultades para el auto-reconocimiento de una identificación con la posición de trabajador colectivo autogestionado.

Si a los problemas de gestión le correspondían soluciones comunicativas predominantemente instrumentales, las dificultades referidas a la conformación de subjetividad y su vínculo con las identidades conllevan procesos no instrumentales. Es decir, hablamos aquí de una comunicación que constituye las condiciones de posibilidad de la formación de subjetividades laborales de diferentes características.

Por ejemplo, así como las relaciones capital/trabajo requieren comunicaciones verticales, que reproducen el vínculo de mando/obediencia y subjetividades ligadas a las identidades de “patrón” y/o a la de “empleado”, los emprendimientos autogestivos demandan procesos de interacción comunicativa horizontales, favorables a relaciones laborales participativas, con mecanismos de democracias directas y subjetividades próximas a la identidad de trabajador - socio -cooperativo. Es decir, se podría pensar que las formas dominantes de comunicación tienen la capacidad potencial de propender a desarrollar/minimizar tipos de identidad que se corresponden con la posición que ocupan los sujetos en los procesos productivos.

Esto no siempre es lineal ni puede aseverarse que se da invariablemente de la misma manera. Por un lado, aparecen muchos casos en que a los trabajadores les resulta más sencillo reproducir antiguas subjetividades conocidas, como son las de patrón/empleado, que asumir características y formas de pensar novedosas, aún cuando la posición en el proceso productivo se haya modificado en forma sustancial. Las antiguas posiciones suponen grados más elevados de dominación, de delegación y de enajenación, por oposición a los mayores niveles de libertad que supone la autogestión. Sin embargo ésta última se percibe como “mayor autoexigencia”, “más autoexploración”, de allí que parezca más dificultosa su asunción sin reparos.

Por otro lado, la posición que la forma cooperativa de gestión del trabajo propone a los socios, no está claramente definida en la estructura legal (aún no se promulgó la ley para cooperativas de trabajo, que implica una definición de trabajador

especial) ni recibe un tratamiento uniforme y coherente por parte de distintas instancias político-estatales. Mientras algunos programas gubernamentales nominan a los socios de cooperativas organizadas desde el Estado como “efectores sociales”, el sistema impositivo los considera “trabajadores autónomos – colectivos” y por tanto no sujeto a subsidios como la asignación universal por hijo, ni habilitado para percibir los beneficios sociales de cualquier trabajador en relación de dependencia.

Finalmente podrían también mencionarse circunstancias menos directas pero tan importantes y presentes como es el denominado “clima ideológico” y refiere al modo en que se van convirtiendo en hegemónicas ciertas ideas, por ejemplo en este caso, ajenas a la ideología cooperativa. Por citar sólo algunos casos: la ideología que hegemoniza los contenidos educativos de nuestro sistema escolar, que no enseña la forma cooperativa de gestión en todos los trayectos educativos – inicial, primario y secundario – aún en escuela gestionadas por cooperativas de trabajo; la ideología que se difunde por los medios masivos dominantes cuyo seguimiento mostró por un lado, la escasez de notas referidas a la cooperación y por otro que aquella pocas informaciones que hablaban del tema lo hacían con tintes notoriamente descalificatorios del modelo cooperativo.

Estos factores directos e indirectos no favorecen en los asociados procesos que construyan definiciones subjetivas de “trabajador” coherentes con su posición, ni facilitan la conformación de una conciencia clara con una definición que propicie límites precisos a la misma.

Recuperar la comunicación para la autogestión

Planificar interacciones comunicativas que inspiren subjetividades de *trabajadores sui géneris*, requiere considerar dos procesos, uno referido a la perspectiva instrumental y otro a la comunicación como constitutiva de subjetividades.

La comunicación abordada desde una **perspectiva instrumental**, nos sitúa en el nivel de los flujos de interacciones que los sujetos institucionalizan como modos regulares de relacionarse desde las posiciones en que están, que reproducen y modifican en forma cotidiana. (Abatedaga y Siragusa; 2012)

En el espacio de las organizaciones autogestionadas la perspectiva instrumental refiere a la relación que existe entre la gestión del proceso de trabajo y los intercambios comunicativos implicados así como entre la administración de la empresa y los procedimientos informativos que ésta requiere. En otras palabras, se pueden analizar y planificar procesos informativos y comunicativos que propicien un adecuado desarrollo

del trabajo colectivo y favorezcan gestiones administrativas conformes las necesidades del grupo.

La existencia de *procesos informativos* en diversos soportes, como carteleras, revistas o boletines internos, constituyen mecanismos instrumentales esenciales que colaboran en la coordinación del trabajo colectivo. Además estos procedimientos unidireccionales pueden proporcionar información completa, oportuna y pertinente para que los trabajadores tengan herramientas que les permitan configurar una conciencia crítica.

También la perspectiva instrumental se nutre de *procesos comunicativos*, instancias bidireccionales de relación con sujetos emisores y receptores. Este tipo de intercambios son indispensables al desarrollo habitual de tareas necesarias para la empresa, intercambios dialógicos plasmados en reuniones por áreas, interacciones comunicacionales de los integrantes de comisiones ad hoc y deliberaciones entre trabajadores que permitan la coordinación de diferentes tareas a los fines de lograr un producto final o la prestación de un servicio adecuados.

Además, la Ley de cooperativas (N° 20337) prevé instituciones de intercambio dialógico para gestionar el trabajo como la Asamblea de asociados. Comunicacionalmente abordada, es un ámbito deliberativo multidireccional por excelencia, donde los trabajadores, en igualdad de posiciones (1 socio = 1 voto) puedan participar en procesos colectivos donde tomar decisiones autónomas sobre su realidad. Esta institución además, facilita el intercambio de saberes y opiniones, la puesta en común de ideología y permite ejercer la soberanía sobre el destino de los excedentes repartibles.

Desde una perspectiva **constitutiva de subjetividades**, y teniendo en cuenta que comunicarse no significa fusionarse o alienarse, sino objetivar, poner al otro en cuanto alteridad vinculada a un sujeto que no se enajena en esa operación (Pasquali, 1963) se aborda la incidencia comunicacional a un nivel profundo del sujeto, donde estructuralmente se produce la conformación del ser social.

Este nivel corresponde a dos momentos que pueden distinguirse: el primero, que llamaremos de **“concienciación”**, o de apropiación comunicativa y de formación de la conciencia, se orienta a que los protagonistas se apropien de la interacción comunicativa para elaborar sus propios contenidos, para lograr que produzcan significaciones genuinas y autónomas. En esta instancia los sujetos van elaborando y tomando conciencia de la posición laboral colectiva que ocupan. Dialogando y

razonando desde su propia realidad, pueden superar las constataciones empíricas inmediatas, lo que Mario Kaplún (1987:50) denominaría “conciencia ingenua” y desarrollar la capacidad relacionar y elaborar síntesis autónomas y coherentes con su posición, es decir, paulatinamente adquirir una conciencia genuina de trabajador y crítica de la posición de alienación. (Kaplún M., 1987:51).

En este primer momento los sujetos pueden transformarse en *emirecs*, a la vez *emisores/receptores críticos*, capaces de neutralizar comunicativamente la posición pasiva de meros receptores y decodificar críticamente los mensajes codificados por otros. Al inter-relacionar colectivamente un hecho con otro y sacar sus propias conclusiones (Kaplún M., 1987:52) pueden apropiarse del proceso de comunicación y re significar las posiciones que ocupan en el proceso social/laboral.

La segunda fase corresponde al momento que denominamos “**de la praxis**” en el que a partir de la toma de conciencia se produce un cambio de actitud, un movimiento tendiente al *hacer práctico* y comunicativo que implica la puesta en acto de la apropiación, es decir, sujetos decididos a transformarse y modificar los procesos naturalizados por otras prácticas que los impliquen a todos, con valores solidarios. Indica el paso del reconocimiento de lo que los sujetos *son*, a lo que *desearían ser*, sopesando la posición entre lo utópico y lo posible, haciendo realidad la *autodeterminación*.

Es el nivel de constitución de subjetividades políticamente activas que pueden sintetizar en la conformación de identidades sólidas. Así, la comunicación como práctica e intercambio de significados se incorpora facilitando la asunción de formas de conciencia práctica, posibilitando la configuración comunicativa de intereses definidos y propiciando así la apropiación de saberes y la apertura de horizontes pensados como posibles para la construcción de poder social.

En el despliegue de instancias dialogales los interlocutores pueden construir *significados compartidos* a partir de reconocerse como sujetos de *acción*, más allá de sus diferencias. Esta postura tiene la capacidad potencial de neutralizar formas de concentración de poder en los que se instaura un proceso que va “transformando al hombre en una casi ‘cosa’, lo niegan como un ser de transformación del mundo. Además de negar la acción y la reflexión verdaderas, a aquellos que son objetos de tales acciones” (Freire, 1998:21).

Casos ejemplificadores

Las situaciones en que los asociados a cooperativas o grupos sociales se apropiaron de sus instrumentos de comunicación y aprendieron a decodificar críticamente los mensajes, mostraron importantes modificaciones en la subjetividad colectiva, volviéndose sujetos de comunicación críticos y reflexivos, capaces de neutralizar las significaciones laborales clásicas que habían naturalizado.

Ejemplo del primer momento, de concienciación, lo constituye algunos momentos que desarrollan los integrantes de la cooperativa de changarines del Mercado de Abasto de la ciudad de Córdoba.⁵ En la medida en que van apropiándose y recreando medios autogestionados de comunicación, el mismo proceso va permitiéndoles asumir la posición de sujetos de comunicación. Ser emisores facilita ir reconociendo como propia la capacidad de opinar y por tanto resignificar colectivamente algunos sentidos naturalizados, y junto a ella va desarrollándose la posibilidad de sentirse legítimos sujetos de comunicación.

El paso al segundo momento, de la praxis, comienza a vislumbrarse cuando en los talleres y reuniones para producir la revista se van abriendo posibilidades de expresión que aunque reconocidas, no siempre se ejercían. Aquí los changarines comenzaron a descubrirse poetas de lo cotidiano, se manifestaron en notas con reflexiones críticas de la propia situación y pudieron reconstruir la historia para resignificar donde se encuentran ahora en función de aquel pasado.

En las instancias donde los trabajadores tienen la posibilidad de significar y significarse como parte de un sujeto colectivo se reconocen como sujetos de derecho. Asumiéndose como “sujetos de decir” pueden reconvertir la mirada de sí mismos y del conjunto, produciéndose cambios subjetivos muy profundos. A través de manifestaciones comunicativas múltiples y diversas, el colectivo podrá otorgar un significado nuevo a su posición en la estructura social y sentirse con capacidad de autodeterminación laboral.

Estos momentos de la comunicación pueden evidenciarse también en ámbitos no laborales, favoreciendo la formación subjetividades colectivas de grupos sociales

⁵ El proyecto denominado “Yo soy changarín: Recuperar la palabra desde sectores de trabajo vulnerables” se desarrolla con beca y subsidio de Extensión de la Secretaría de Extensión Universitaria de la UN Córdoba durante el periodo enero – diciembre de 2012, es desarrollado por los estudiantes Tadeo Otaola, Josefina Petrolí, Martín Ibañez, Germán Vivas Vizcarra bajo la dirección de la Dra. Nidia C. Abatedaga. Se propuso como objetivo general “*Constituir procesos de participación colectiva para la producción de medios de comunicación que permitan la conformación de una identidad comunitaria de trabajadores y la visibilización externa de la cooperativa El Abasto*”

Entre otras actividades, se está realizando una revista que realizan los changarines en colaboración con el equipo de comunicadores becados.

vulnerables, que puedan lograr identidades propias (no ajena) y autónomas (no heterónomamente definida). En estos grupos, que se desenvuelve dentro de ciertas condiciones sociales, históricas y políticas, el primer momento de concienciación supone una comunicación que permita auto-reconocerse como grupo y resignificar posiciones en el espacio social. Las interacciones comunicativas entre sujetos colectivos es consustancial a los procesos identitarios *autorreferenciales*, la definición de un *nosotros* que enfatiza en la *definición colectiva de sí mismos*, que considera las conceptualizaciones y las representaciones de su propia situación.

Posteriormente, y a partir de esa identificación, se abre la posibilidad de nuevos cambios en el hacer práctico. Por ejemplo, el grupo de jóvenes de entre 12 y 18 años en situación de desescolarización, hacían talleres de capacitación en electricidad en una ONG de un barrio de la ciudad de Córdoba. A partir de una intervención comunicacional fueron construyendo una murga que llevó a que el grupo inicial se ampliara, incluyendo no sólo varones sino también a las adolescentes mujeres, así como también algunos niños que deseaban participar. Al concluir la beca extensionista la ONG financió la murga durante un año más, después del cual se negó a continuar sosteniendo la actividad. Frente a esto y tras de un periodo de tiempo donde los adolescentes se afianzaron en su actividad, la murga continuó desarrollándose fuera de la institución, pero dentro del barrio al que pertenecían los adolescentes más comprometidos.⁶

Se había producido el paso de la concienciación a la praxis, al hacer práctico y conciente para realizar los cambios que el colectivo requería. En palabras propias afirmaban la fuerte modificación subjetiva que habían atravesado, cuando actualmente manifiestan que *“la murga nos cambió la vida”*, sobre todo en virtud de sentir un hetero-reconocimiento cualitativamente diferente de cuando eran sólo parte del grupo que deambulaba por la plaza del barrio.

Reflexiones provisorias

La importancia de revalorizar la comunicación y la información como procesos más que meramente instrumentales, permite otorgarle a la actividad profesional una densidad que los propios comunicadores deberemos aprender a reconocer. La

⁶ En este proyecto se desarrolló con Beca y Subsidio de Extensión de la Secretaría de Extensión de la UN Córdoba durante el periodo enero – diciembre 2008. Los becarios fueron Belén Nieves y Guillermo Molas y Molas; y en calidad de colaboradores Ayelén Felipe Masa y María José Arana.

comunicación y la información no sólo sirven a fines ajenos a ellas, sino que fundamentalmente contribuyen a formar conciencia y a modificar prácticas materiales concretas, es decir, son factores cruciales en la conformación de subjetividades colectivas.

Sobre todo, esta revalorización requiere que los comunicadores puedan identificar el modo como la interacción comunicativa puede ser parte de los procesos laborales en organizaciones de gestión horizontal, tanto como entre sujetos colectivos de sectores vulnerables (como los casos presentados aquí). De este modo, se podrá comenzar a planificar procesos comunicativos e informativos junto con los integrantes de estos sectores sociales, para facilitar procesos de concienciación y de praxis verdaderamente transformadora.

Por otro lado, una participación abierta y comprometida de los comunicadores con la comunidad, en la que aquellos se involucren con el proceso aportando un saber particular – no como “expertos” que la comunidad debe seguir sin cuestionar – tenderá a lograr un reconocimiento diferente de la labor del comunicador, donde se lo identifique como algo más que un mero administrador de gacetillas.

En la consecución de estos procesos los profesionales podrán desempeñar una imprescindible función de animadores socio – comunicacionales, que implica a la vez que activar procesos sociales, inducir paralelamente la progresiva autonomía decisoria del colectivo.

Bibliografía

- Abatedaga, N. y Siragusa, C. (coord.) (2012) *Comun(ic)axión Cooperativa. Estrategias, Herramientas y Reflexiones*. Ed. Topos&Tropos. Córdoba.
- Abatedaga, Nidia (2012) Tesis Doctoral *¿Por qué la opción de apropiación colectiva? La comunicación en los medios masivos recuperados*. Universidad Nacional de La Plata.
- FAJN, Gabriela (coord.) (2005) *Fábricas y empresas recuperadas. Protesta social, autogestión y rupturas en la subjetividad*. Ed. Centro Cultural de la Cooperación, Ediciones del Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos, Buenos Aires
- Kaplún, Mario (1992): *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*. UNESCO/OREALC, Santiago de Chile.
- Freire, Paulo (1998). *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. México: Siglo Veintiuno Editores

