



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
VILLA MARÍA

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Comunicación y trabajo en el espacio público: luchas por las hegemonías comunicacionales alrededor de la identidad de trabajadores

Año
2018

Autores
Abatedaga, Nidia y Haiquel, Miguel

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Abatedaga, N. y Haiquel, M. (2018). *Comunicación y trabajo en el espacio público: luchas por las hegemonías comunicacionales alrededor de la identidad de trabajadores*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

XX Congreso RedCom Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM

“Comunicación, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales”

Eje de Trabajo 6: Medios y Prácticas periodísticas

Autores: Abatedaga, Nidia y Haiquel, Miguel

Título: Comunicación y trabajo en el espacio público: luchas por las hegemonías comunicacionales alrededor de la identidad de trabajadores.

INTRODUCCION

En el espacio público comunicacional se ponen de manifiesto formas novedosas y diferentes de circulación de contenidos informativos y valores culturales, que están sustentados en diferentes medios: comerciales-concentrados- (Becerra y Mastrini, 2015); comunitarios (Cicalese, 2010); populares (Kaplún, 2003); y, alternativos o de contra información (Vinelli, 2014). Algunos de ellos nacieron siendo digitales y, otros, de difusión tradicional que incorporaron versiones web.

En investigaciones anteriores, se pudieron detectar también, *emergentes laborales* de la *Economía del Trabajo* (Abatedaga y Ordoñez, 2017), con formas autogestionadas y “una propuesta política apoyada en una teoría crítica, la afirmación de otros valores y otra racionalidad” (Coraggio, 2009, 39). En ellos, se observó que intervienen en la producción, circulación y distribución de narrativas y autonarraciones, con intenciones de disputar sentidos acerca del trabajo en el espacio público.

La esfera o espacio público comunicacional, es un campo que ofrece oportunidades para la participación de organizaciones con fines mediáticos, otros son laborales y, hay incluso, personales; pero, estos diferentes modos de participar cuentan con recursos y cuotas de poder diferenciados y no equiparables con el de los poderes económico y políticos dominantes. Hipotetizamos que esta situación deriva en luchas desiguales por lograr hegemonías comunicacionales, y podrían constituir las condiciones de posibilidad para la conformación de contra esferas, transitorias y frágiles o semiósferas diferenciadas.

En esa búsqueda, asumimos las críticas que Fraser (2008) y Negt y Kluge (1993) hacen a la idealización de la esfera pública burguesa propuesta por Habermas (1982), y

proponemos pensarla como un horizonte para la organización de la experiencia social, que puede implicar la existencia de contra-públicos múltiples y en competencia. (Hansen: 1993). Con base a lo dicho, nos preguntamos: ¿cómo se puede caracterizar el campo y las luchas de hegemonías comunicacionales, entre las dominantes y las alternativas en un espacio público o en distintas semiósferas?

PROPUESTA EN GENERAL

Para responder a la pregunta es que elaboramos este trabajo. Son lineamientos de una metodología que permita estudiar los diferentes abordajes periodísticos que realizan diferentes medios, sobre identidades de trabajadores que circulan en el espacio público mediático de Córdoba.

Se realizará en una taxonomía, a partir de las *características observables*, de las diferentes variables y categorías:

- 1) Procesos de trabajo y de producción de la información en los artículos periodísticos.
- 2) Perspectivas ideológicas y de construcción de identidades propias diferenciadas de las predominantes.

Para lo cual, se definirá qué es cada una de estas categorías en las situaciones singulares a ser observadas, y cómo es que se expresan en el espacio público comunicacional. Con estas definiciones se construirá un cuadro en el que a cada categoría le correspondan ciertos atributos posibles de observar.

Las observaciones se realizarán mediante dos estudios exploratorios, con énfasis puesto en la apertura de las características cualitativas, que permitan reconocer las dimensiones de las variables. Este trabajo sería preparatorio de otro posterior, que permitiría cuantificar esas dimensiones y establecer proporciones entre las diferentes presencias en el espacio público comunicacional.

Uno de los estudios será realizado mediante seis grupos focales, con población universitaria, seleccionando personas de diferentes grupos de pertenencia (edad, géneros, carreras, facultad o carrera).

El otro, realizado a posteriori, se hará sobre el mismo público con el objetivo de corroborar las dimensiones detectadas en los grupos focales, y lograr establecer algunas proporciones entre las mismas en un público más amplio. Sin perder el carácter

exploratorio y cualitativo, la cuantificación relativa no pretende ser representativa al estilo de un estudio de las audiencias.

DETALLES DE LA PROPUESTA

Para definir las características observables de las variables: procesos de trabajo y procesos producción de la información, en la comunicación y en los artículos periodísticos, comenzamos por establecer qué entendemos por procesos de trabajo en los artículos periodísticos, y cuáles serían los aspectos a observar. Para seguir con delimitar qué entendemos por procesos de producción en la comunicación y en los artículos periodísticos, y cuáles serían los aspectos a observar.

Se definen luego las características observables de las variables perspectivas ideológicas y de construcción de identidades propias diferenciadas de las predominantes.

Para continuar con la construcción de identidades propias diferenciadas de las predominantes definir, y establecer cuáles serían los aspectos posibles de observar.

1)Procesos de trabajo y procesos producción: Para definir las características observables de las variables procesos de trabajo y procesos producción de la información, en los artículos periodísticos, comenzamos por establecer qué entendemos por procesos de trabajo en los artículos periodísticos, y cuáles serían los aspectos a observar.

Es sabido que el proceso de trabajo es una representación simple y, a la vez muy general, que sirve para identificar aquellos elementos del proceso de producción social que han estado presentes en todas las formas de históricas, y a la vez, definir la manera en que se encuentran interrelacionados. Los elementos que intervienen son un sujeto que trabaja, los instrumentos o medios de trabajo y el objeto sobre el cual se plasma la acción. El sujeto es siempre social, aunque se lo presente en singular, y es quien despliega la acción de acuerdo a la modificación que desea realizar en el objeto de trabajo, con el fin de obtener el producto útil que ha representado de manera previa e ideal. Los instrumentos son quienes median y modifican la acción humana sobre el objeto, de modo de potenciar y adecuar esa acción, tanto al objeto de trabajo como al producto se pretende obtener. El resultado de este proceso es un objeto modificado

para que sea útil satisfaciendo alguna necesidad humana, y, también, un sujeto social modificado por ese accionar y el objeto obtenido.

Para entender el proceso de trabajo en una actividad comunicativa hay que realizar algunas especificaciones. Lo primero, es distinguir entre un proceso de comunicación en cara a cara, de otro mediado por instrumentos. En el primer caso, la comunicación puede ser sonoro-auditiva o gestual-visual, ambos o, también, de contacto físico.

A los sordos y a los ciegos les resulta muy difícil aprender a conversar; ¡qué decir de los que son a la vez sordos y ciegos! No distinguen el tono de voz, ni saben, sin ayuda, subir y bajar la gama de tonos que hace significativas las palabras. Tampoco ven el rostro del que habla; la mirada suele ser el alma de lo que se dice.

Helen Keller (2012),
La historia de mi vida,
Cap. VI; Editorial
Renacimiento, Sevilla.

En este caso la comunicación se caracteriza por la simultaneidad entre quien habla y quien escucha. No hay separación en el tiempo ni en el espacio entre ambos actos. En el segundo, cuando existe una mediación instrumental, el proceso se puede separar en el tiempo y/o el espacio. Y, eso ocurre tanto si se realiza por medio de instrumentos gráficos-visuales, sonoros -auditivos, o audiovisuales. Una vez realizada la distinción, es posible analizar el proceso de trabajo en cada una de estas instancias.

En las *comunicaciones cara a cara* se pueden distinguir al menos dos modos de hacerlo: cuando no hay diferentes posiciones en la relación, se puede asistir a una conversación o una comunicación dialogada; cuando hay una voz que se expresa de manera unidireccional, sin entrar en un intercambio o, si lo hace, es desde una posición jerárquica, por lo que no hay diálogo. (Pasquali) En un nivel, que llamaremos del soporte físico, los instrumentos de este forma comunicacional son los propios órganos auditivos y de fonación (o de algún sustituto corporal) de las personas que intervienen, y el aire que vibra (o del sustituto que se corresponde). En otro nivel, que llamaremos del lenguaje, en el que un sistema de signos comunes usados para comunicarse media y condiciona las expresiones y las interpretaciones. Tenemos entonces dos dimensiones de la mediación, el físico y el inteligible o de la comprensión (gnoseológica y emocional).

Así, el proceso comunicacional, entendido como proceso de trabajo, permite entender que el fin es crear un nuevo vínculo social entre quienes comparten un lenguaje, y el resultado es la modificación del modo en que estaban relacionados

previamente. La comunicación es constitutiva de la asociación entre grupos humanos. A partir de estos aspectos comunes se puede señalar las diferencias que se pueden dar en la articulación de los grupos entre sí o la interior de los mismos.

Cuando quien habla ocupa una posición de superioridad y no existe el diálogo; o si existe, una de las partes está subordinada a la otra, la relación que se establece de este modo implica que hay un sujeto activo que actúa sobre otro más pasivo, devenido en objeto del trabajo comunicacional. En este caso, el sujeto activo busca persuadir o influir sobre el más pasivo, para modificar su actitud y/o comprensión de una situación. Para ello, puede utilizar todos los recursos que la mediación permite: palabras, entonación, gestos, información, creencias, sentimientos y valores. En el caso de un diálogo entre iguales, si bien los recursos disponibles son los mismos, al no existir diferencias posicionales, en el diálogo interactúan las partes, en una búsqueda de una mejor situación compartida; de una mejor asociación.

La primera situación fue utilizada por George Creel cuando fue el jefe del Comité de Propaganda creado por el presidente Woodrow Wilson, con la misión de convencer al pueblo norteamericano -que había votado a un candidato que prometió no involucrar al país en el conflicto de Europa- de ponerse a favor del ingreso de los EEUU a la Primera Guerra Mundial. Utilizando solamente la voz de la personas, en reuniones presenciales, creó el formato de la comunicación de masas.¹La disociación de intereses entre quienes ocupan posiciones sociales diferentes, da lugar a este tipo de relaciones de comunicación, aun cuando no existan mediaciones técnicas instrumentales; el instrumento para la propaganda es la voz y el cuerpo del propagandista.

Para explicar qué entendemos por procesos de producción en la comunicación y en los artículos periodísticos, y cuáles serían los aspectos a observar, analicemos este otro proceso. Si en el proceso de trabajo hay un sujeto social que actúa sobre un objeto por medio de instrumentos con el fin de obtener un resultado útil; en el proceso de producción hay una diferenciación sustantiva. El sujeto social está escindido; uno es

¹Para realizar el trabajo encomendado reclutó a unas 75.000 personas, que fueron enviados a hablar a favor de la guerra en eventos públicos durante no más de cuatro minutos, con alocuciones escritas y coordinadas de manera centralizada en el Comité de Propaganda. Los temas desarrollados comprendían la conscripción, raciones de guerra, bonos de guerra, jardines de la victoria y las razones por las que se estaba peleando. Fueron parte del esfuerzo por lograr la aceptación por parte de una población que quería la paz, que el gobierno decidiera ir a la guerra. Se estima que para el final de la guerra, estos "hombre de los cuatro minutos" habían realizado más de 7,5 millones de discursos a 314 millones de personas.

activo y el otro, el pasivo es objeto de la comunicación; los instrumentos y los objetos de trabajo, son medios para obtener un producto, que es el sujeto pasivo modificado. Al no haber comunidad de intereses ni diálogos, en todo proceso de producción de comunicación, el fin es modificar la relación con la otra parte, sobre la base de cambiar la percepción, las creencias y las actitudes del sujeto-objeto. Los instrumentos de la comunicación pueden ser, según el medio que se trate, los utilizados para convertir la porción de la realidad incorporada como información del hecho, en un discurso formalizado para la mediación técnica instrumental. Así, según sean medios gráficos, sonoros, o audiovisuales, se utilizan distintos instrumentos para el registro, edición y publicación/difusión de las notas, mensajes o discursos. Aquí en la producción, reaparecen las dos instancias ya vistas, el soporte físico y el inteligible o de la comprensión, por lo que hay dos procesos paralelos y complementarios. Con los medios gráficos ambos procesos se pueden visibilizar con claridad, es más difícil en los medios radiales y televisivos, y están más ocultos en los medios digitales.

2) Diferentes modos en que organizan los sujetos sociales

a) Gestiones reactivas a las crisis con procesos de arrastre

En este modelo encontramos emprendimientos con resabios de la organización fordista/taylorista del trabajo, con adaptaciones adecuadas a las formas cooperativas de gestión. Muchas de ellas son empresas recuperadas por los trabajadores quienes se apropiaron de los medios de producción, la marca comercial y el mercado donde distribuyen los productos o servicios de la empresa fallida.²

El proceso de trabajo y lo común - laboral

Poseen en común las herramientas de trabajo, el edificio laboral, realizan el usufructo compartido de la marca comercial y comercializan conjuntamente en un segmento de mercado. El excedente producido constituye los retornos que se distribuyen los socios,

² Se incluyen en este tipo las cooperativas que editan *El Diario del Centro del País* (Villa María, provincia de Córdoba), *El Diario de la Región* (Medio Gráfico. Resistencia, provincia de Chaco), *Comercio y Justicia* (Medio Gráfico. Córdoba Capital), *Papel Tortuga* (Medio gráfico y radial. Alta Gracia, provincia de Córdoba), *Gráfica Integral (Imprenta. Córdoba Capital)*; *Coop. de Transporte La Calera Ltda. (Servicio de Transporte público de pasajeros. Ciudad de Córdoba y Gran Córdoba)*, *Pintucoop (Pintura metálica. Córdoba)*, *Coop. de Vigilancia Güemes Ltda (Vigilancia. Córdoba)*, *Cooperativa Puerto Deseado (Vigilancia. Córdoba capital)* *Luz y Esperanza* (Argüello, Córdoba)

y aunque no hay una dirección empresaria que profundice la expropiación técnica de los obreros, los trabajadores han conservado la modalidad de gestión productiva de tipo Taylorista –Fordista,³ manteniendo la estandarización del producto y el incremento en la productividad. (Zallo: 1988: 65) Se advierte frecuentemente la persistencia de una doble división del trabajo, a la vez horizontal (parcelación de tareas) y vertical (separación de la concepción y la ejecución) que suele reproducir relaciones jerárquicas autoritarias entre Directivos o Consejos de Administración y asociados que se encuentran en el proceso de producción de bienes o servicios.

b) Modalidad cooperativa manufacturera con dependencia salarial Estatal

Dentro de este grupo se encuentran cooperativas de trabajo que prestan servicios educativos, con una modalidad asalariada de trabajo cooperativo.⁴

El proceso de trabajo y lo común – laboral

Este modelo responde al tipo de producción manufacturera (existe subsunción formal del trabajo). Existe la descomposición de los oficios y su reorganización conforme a la división del trabajo. Predomina la cooperación simple (los trabajadores realizan su actividad coordinados y reunidos con arreglo a un plan en forma paralela (Marx: 1987; 262).

Las organizaciones tienen en común las herramientas y el edificio. También poseen el saber – hacer teórico y técnico para desarrollar tareas docentes o administrativas. Es muy importante la división del trabajo aunque sin parcelación de tareas, por lo que el trabajador controla el proceso de trabajo desde el principio hasta el fin. Los socios

³ En los casos de Empresas Recuperadas donde existen procesos laborales maquinizados (áreas con talleres de impresión, líneas de montaje de información, secciones consecutivas de producción) es notable la búsqueda de un uso eficiente del tiempo, procurando mantener o mejorar el ritmo de trabajo que se tenía cuando eran una empresa basada en el trabajo asalariado.

⁴ Seis escuelas cooperativas de trabajo que prestan servicios educativos en diferentes niveles (Inicial, primario y secundario) Cooperativa de Enseñanza Paula Albarracín Ltda. (Villa Allende, pcia. de Córdoba); Cooperativa de Enseñanza Juvenillia Ltda. (Ciudad de Córdoba); Cooperativa de Trabajo 3 de Junio (Escuela Etchegoyen de la ciudad de Córdoba); Cooperativa de Enseñanza Brigadier San Martín (B° Argüello, ciudad de Córdoba), Cooperativa de Trabajo Collegium Ltda. (ciudad de Córdoba) y Cooperativa Maestro Alfredo Bravo de Río Ceballos. Los orígenes de estas cooperativas son muy variados en cuanto a la antigüedad (las hay más jóvenes y otras que ya cumplieron 75 años) y tienen entre 50 y 200 asociados cada una.

tienen la libertad de auto organizarse en sus trabajos y el principio que rige es la coordinación desde los saberes.

Los emprendimientos emergentes que se incluyen en este modelo son pequeños grupos de trabajadores, algunos con formación profesional, otros con oficios de diferentes áreas, que eligen trabajar en forma horizontal no lucrativa. Se cuentan aquí organizaciones con fines culturales, emprendimientos articulados por profesionales, grupos de productores autogestionados, y redes de comercialización artesanales.⁵

El proceso de trabajo y lo común - laboral

Este grupo incluye organizaciones con gestiones cercanas a la Pequeña Mercantil: uno de los principios que predomina es la autonomía (Zallo 1988), producen para el intercambio y la propiedad de los medios de producción se establece conforme las sanciones que el mercado determina, ordenando, mediante una productividad social media, la asignación de los recursos.

Esto se combina con el Trabajo por Grupos con Orientación por Objetivos, estructurando los procesos de trabajo con modalidades auto – organizadas en equipos ad hoc o según la demanda. Se forman voluntariamente grupos auto dirigidos que aprenden todas las tareas de producción, con rotación de puestos de trabajo. La orientación “por objetivos” significa que el trabajo se extingue cuando se logró cumplimentar la meta propuesta.

Los trabajos se realizan según las exigencias del mercado y la participación del grupo que se hará cargo del proyecto se estructura en función de los saberes e intereses de los integrantes.

Las organizaciones no poseen medios de producción de propiedad colectiva común: los instrumentos de trabajo pertenecen a cada asociado en forma individual, pero son puestos al servicio de la producción colectiva del grupo o de sub grupos de asociados.

⁵Munata, destinada a la animación de eventos, la Coop. Artística Cachalahueca, que realiza actividades culturales así como el diseño de campañas publicitarias; Coop. MakeltCoop, que reúne ingenieros informáticos que se dedica a la elaboración de software, y El Telar, organización formada por Ingenieros civiles que se dedican al dictado de cursos de seguridad laboral se realizan en forma individual o a través de la organización de sub grupos.⁵ También pueden incluirse en este modelo las redes de productores (como *El Enriedo*) o Redes de comercio justo (*Red de productores de Traslasierras*), Organización *Retazos*(textil. Córdoba capital),*Organización La Barranquita*(Textil. Córdoba capital).

El capital más valioso que poseen es el saber – hacer técnico para prestar los servicios, y es lo que puede conducir a formas productivas potencialmente autonómicas.

c) Modalidad organizativa horizontal de innovación tutelar - reivindicativa

Se incluyen aquí las organizaciones abocadas predominantemente a la gestión gremial, o a la defensa del trabajo de sus asociados, procurando como objetivo central lograr la aceptación de las diferencias que reconocen tener en tanto trabajadores, así como también lograr el reconocimiento del carácter dignificante de estas tareas que aparecen en la representación pública como degradadas.⁶

El proceso de trabajo y lo común – laboral

Haciendo hincapié en el recurso comunitario y tomando en cuenta la división que hace Nancy Fraser (2008) acerca de las reivindicaciones, este grupo de organizaciones prioriza la gestión del reconocimiento de sus diferencias.

Desde el punto de vista de la producción, sólo algunas de estas organizaciones tienen la propiedad común de los medios de producción, comparten un espacio físico,⁷ y coinciden en la apropiación individual de ingresos. (Cada asociado trabaja y negocia por su cuenta el valor de su trabajo).

Los espacios institucionales comunes poseen la importante función de conformar ámbitos de coordinación colectiva para lograr la visibilización de demandas en principio, por una redistribución más justa de los recursos, pero fundamentalmente para gestionar estrategias reivindicativas por el reconocimiento público de su status de trabajadores/trabajadoras y por su inclusión desde la diferencia.

3) Identificaciones laborales: asalariadas/autónomas/autogestionadas/trabajadores recuperados

El desarrollar conceptual el terreno ideológico, donde se reconocieron resbaladizas concepciones sobre formas de gestión del trabajo alternativas al fordismo, taylorismo

⁶ Incluimos en este modelo a la cooperativa de trabajo El Abasto Ltda. de changarines, la cooperativa La Esperanza de carreros y AMMAR – CTA Asociación de Mujeres Meretrices de Argentina.

⁷ Prestan servicios de traslado de bultos dentro del Mercado de Abasto de Córdoba con carros.

o toyotismo y percepciones subjetivas difusas e identificaciones confusas sobre “este” *ser trabajador* que es propietario-colectivo, autogestionado, cooperativo, no asalariado, no contratado, no desocupado, no cuentapropistas.

Así, se abordaron los colectivos laborales con potencial para desarrollar nuevas formas de subjetividad y conciencia, que algunos definen como marginales y periféricas respecto del movimiento obrero en su conjunto (Dinerstein: 2009: 111).

La subjetividad se entendió como una dimensión intrínseca de la realidad social e histórica que los sujetos atraviesan y el espacio en que se relacionan con otros, (Fernández; 2006; 51); no es un proceso intra psíquico, sino el modo como los sujetos rearticulan aquella realidad a través de la interacción discursiva; no el sujeto sino el modo en que ese contexto hace la experiencia subjetiva del sujeto. (Abatedaga; 2013)

Para Foucault la producción del yo, las prácticas de autoconstitución, reconocimiento y reflexión que vinculan a los sujetos con las reglas, necesarias a la sujeción/subjetivación, requieren “complementar la descripción de la regulación discursiva y disciplinaria con una descripción de las prácticas de la autoconstitución subjetiva.” (Hall y Du Gay, 2003; 32)

Además, se concibió a las identidades como una “cualidad relacional, contingente” (Arfuch, 2005; 14) Un “punto de encuentro entre los discursos y prácticas que intentan “interpelarnos”, hablarnos y ponernos en nuestro lugar como sujetos sociales de discursos particulares, y por el otro, los procesos que producen subjetividades, que nos construyen como sujetos susceptibles de “decirse” (Hall, Stuart; 1990; En J. Rutherford; 1990; 135). Las identidades colectivas son prácticas de diferenciación y marcación de un “nosotros” respecto de un “otros”, históricamente situadas, condensando, construyendo experiencias e imaginarios colectivos y reconocimiento recíproco (Restrepo; 2007, 25), “una definición compartida, interactiva y producida por varios individuos que está relacionada con las orientaciones de la acción y con el campo de oportunidades y constricciones en la que ésta tiene lugar.” (Melucci; 1990; 106)

4) Narrativas identitarias en espacios públicos comunicacionales

(Referidas a diferentes formas de trabajo: autogestionado, asalariado, desocupado, autónomo)

- Narrativas hegemónicas (de medios masivos dominantes oligopólicos / de medios masivos no oligopolizados / de medios alternativos)
- Auto narraciones de organizaciones autogestionadas contra hegemónicas
- Auto narraciones de organizaciones autogestionadas pro discurso hegemónico

El estudio acerca de las identidades laborales de los socios de cooperativas de trabajo mostró resultados que desnudan las dificultades que este tipo de trabajador enfrenta, a la vez que permite identificar propuestas comunicativas valiosas para superar problemas identitarios que atraviesan estos trabajadores sui géneris.

Genéricamente considerada la identidad de cualquier trabajador se vincula por un lado, con la posición que el sujeto ocupa en el proceso de trabajo y con el tipo de relación social de producción que desde ella entabla. De allí que aquí se asume que cualquier sujeto que, realizando tareas manuales o intelectuales transforma un material a través de un instrumento para obtener un resultado útil pueda considerarse un trabajador. Los trabajadores que aquí se abordan, además, no realizan su labor en forma individual, sino que constituyen un trabajador colectivo, inmerso en un proceso caracterizado por la división del trabajo y por ciertas formas de cooperación simple y compleja.

Por otro lado, se presume que las identidades se construyen en y a través de la ideología que se intercambia en las interacciones comunicativas. Los procesos productivos colectivos se encuentran atravesados por relaciones ideológicas, por formas de percibir y pensar que se manifiestan en características identitarias, las cuales según el caso, se corresponden más o menos aproximadamente a la posición laboral que ocupan de *socios – trabajadores – cooperativos*.

En general, la adecuación entre las posiciones que los sujetos ocupan en el proceso de trabajo y la identidad con la que se autoperciben contribuye a desarrollar relaciones laborales menos alienadas.

Los casos de cooperativas de trabajo que aquí se analizan muestra sujetos en relaciones laborales caracterizadas por la propiedad colectiva de medios de producción en las que debieran predominar formas horizontales de gestión, aun cuando la división del trabajo y las formas de cooperación requiera de jerarquías. En estas entidades, sin embargo, no se encontraron identidades homogéneas en tanto trabajadores, sino por el contrario, resultados parciales de la investigación comunicativa en las cooperativas de trabajo muestran que las identidades son grumosas, poseen límites imprecisos, su práctica es de difícil concreción y conviven con otras identificaciones.

Identidades poco homogéneas de los socios – trabajadores – cooperativos

Los problemas comunicacionales encontrados en las cooperativas de trabajo se manifiestan en identidades que no siempre se corresponden con la condición de *socios – trabajadores – cooperativos* que las posiciones de estos trabajadores suponen. Las “vivencia – nosotros”, en tanto tipo colectivista de trabajo, que facilitan una interpretación ideológica de la situación de los socios en su carácter de trabajadores autogestionados, se proyecta en la psique con formas identitarias poco claras, que no se condicen con su posición en las relaciones productivas.

Del abordaje se infirieron tres tipos de identidad que predominan en diferentes grados y magnitudes en las cooperativas estudiadas.

a) Un grupo de socios, que aquí se identificó como “militante”, aparece relacionado con los socios “viejos”, que tienen más años de actividad en la cooperativa, por lo general fueron los fundadores de la misma y frecuentemente manifiestan tener antecedentes de participación en ámbitos sindicales o partidarios. De este grupo suelen derivar dos tipos de identidad no genuinamente cooperativas. Algunos de estos trabajadores cuyas prácticas suelen desviarse a identificaciones que no se corresponden claramente como “socios”, aparecen en algunas circunstancias bajo la identidad de un “patrón”, sujetos que manifiestan una adhesión a la ideología neoliberal, resabio de lo difundido en la década del '90 y pueden haber vislumbrado en la cooperativa la oportunidad de “ser patrón” generando actividades de comunicación y de gestión en la dirección de concentrar poder. Estos casos suelen perpetuar su posición en los Consejos de Administración, colaboran decididamente en la centralización de información y suelen no propiciar instancias de diálogo. También colaboran para que las instituciones formales de debate, como las Asambleas, no sean más que momentos de transmisión de información unidireccional al resto de los asociados y desalientan sistemáticamente la participación.

En otros casos esta identidad deriva en una posición más ligada a la de “trabajador asalariado”, consistente y conocida, en algunos casos continuidad por inercia de la condición asalariada anterior. Estos socios se caracterizan por comportarse como “empleados”, es decir, cumplen estrictamente con el trabajo asignado, no se interesan por asistir a instancias asamblearias ni se comprometen en la formación de comisiones de trabajo. Desde otra posición diferente de las identidades vinculadas a la posición de “patrón”, colaboran igualmente para que no existan espacios de interacción dialógica, no participan en las asambleas y delegan la responsabilidad de las decisiones en quienes se encuentran en el Consejo de Administración, al que en ocasiones exigen el cumplimiento de obligaciones en carácter de empleados asalariados y sienten esta institución ajena.

b) Otro grupo, generalmente encarnado en socios “nuevos/jóvenes” sin formación en cooperativismo ni antecedentes de militancia muestran identidades “indiferentes”, por desconocimiento o por ausencia de conductas políticas y suelen estar atravesados por prácticas individualistas. Pueden protagonizar disputas con socios fundadores que no se limita a meras diferencias generacionales, ya que los conflictos se suscitan a partir de esquemas cognitivos sobre la concepción de trabajo históricamente construida con base en experiencias e ideologías discordantes. Para los socios fundadores el trabajo tiene un carácter perenne que no se condice con la precariedad e inestabilidad inscripta en la noción de trabajo que tienen naturalizada los jóvenes.

La paulatina necesidad de ingreso de socios en las organizaciones de gestión cooperativa por renovación vegetativa o por expansión de la actividad económica, la mayoría de las veces está conformada por jóvenes que carecen de antecedentes de cualquier militancia política (partidaria, estudiantil, sindical) y no cuentan con formación previa o actual en cooperativismo. Este grupo de cooperativistas se muestra pragmático y menos comprometido con adhesiones ideológicas, que incluye la ausencia de apego a la doctrina cooperativa, a veces por desconocimiento y otras por elección, pero en la mayor parte de los casos no manifiestan necesidad sumirse a una ideología, sino simplemente resolver dificultades presentes. La creciente cantidad relativa de socios nuevos respecto de los fundadores o más antiguos, probablemente en el futuro tienda a orientar la actividad laboral de la cooperativa hacia un horizonte regido por el imperativo predominantemente económico más que solidario, con el riesgo de desnaturalización de su esencia.

c) El tercer tipo de identidad emergente muestra rasgos solidarios, es crítica de prácticas mercantiles y está atravesada por principios contradictorios; surge como el germen de una identidad genuina del socio – trabajador – cooperativo, aunque manifiesta serias dificultades para su pleno y extendido desarrollo. Estos trabajadores muestran una subjetividad, también definida como “mentalidad” o “filosofía”⁸ emergente y grumosa con detentores que tienen convicciones solidarias/socialistas firmes, a veces teñida de mentalidad sindical. En las organizaciones estudiadas se encontraron sujetos que encarnaban esta posición, con matices y en grados diferentes de arraigo, pero buscando lograr la identificación con una posición que no implica ser asalariado ni patrón, es ser trabajador y dueño, un socio – trabajador – colectivo que además tiene fines cooperativos y no únicamente empresarios. Un trabajador que subjetivizó colectivamente la responsabilidad y que asume la necesidad de incorporar la gestión solidaria del producto de su trabajo, aunque su expansión aparece dificultosa.

⁸ Estos fueron términos utilizados por los trabajadores en el mismo sentido que “conciencia” o “ideología”.

5) Espacio público hegemónico

(En referencia al tratamiento sobre el trabajo en sus diferentes formas)

Habermas entiende que el espacio público burgués es resultado del desarrollo del capitalismo mercantil del siglo XVIII en Europa y reúne los intereses públicos de los sujetos privados en relación al Estado y al mercado, cuyo surgimiento fue facilitado por otros dos hechos que juegan un papel clave en la concepción de Habermas. El primero fue el desarrollo de la prensa periódica. Habermas atribuye una importancia particular a esa clase de periódicos críticos y semanarios morales que empezaron a aparecer en algunas partes de Europa entre finales del siglo XVII y comienzos del XVIII. Aunque estas publicaciones surgieron a menudo como periódicos dedicados a la crítica literaria y cultural, se interesaron cada vez más por las cuestiones de significado político y social más general. El segundo hecho fue el desarrollo de una variedad de nuevos centros de sociabilidad en los pueblos y ciudades de inicios de la Europa moderna. Estos centros incluían los salones y las casas de café, que, desde aproximadamente a mediados del siglo XVII, se convirtieron en lugares de discusión y ambientes en los que las élites instruidas podían interactuar entre sí y con la nobleza en un mismo plano, más o menos, de igualdad. (Thompson: 1996)

Espacio idealizado de deliberación racional y de logro de consensos.

Entre otros aspectos, la idealización de la esfera pública burguesa en Habermas remite a un espacio de deliberación en el que las distinciones existentes, relativas a la posición social se ponen en suspenso y se neutralizan. Para Nancy Fraser este es uno de los supuestos más cuestionables de Habermas, debido a que, si se entiende que el espacio público burgués no se encuentra aislado de otros espacios alternativos y aún más, si se advierte que al mismo tiempo que el público burgués surgieron muchos otros contra – públicos (proletarios, negros, de mujeres, etc.), se puede comprender que el espacio público es un ámbito esencialmente conflictivo. (Fraser: 1999) la explicación ofrecida por Habermas “idealiza la esfera pública burguesa” y agrega que está basada en un número importante de exclusiones, vinculadas al género, la clase social. El problema para Fraser no es que se produzca esta idealización, sino que, aunque Habermas no ignora la existencia de otras esferas diferentes de la burguesa, deja de examinarlas y de explicar, en base a la competencia que se produce con ellas, la propia existencia de la esfera pública liberal. (Fraser: 1999). En otras palabras, supone posible comprender la esfera pública burguesa considerándola aislada de otras esferas públicas alternativas.

Para Fraser (1999: 105) los contra – público disputaron las normas excluyentes del público burgués, elaborando estilos de comportamiento político alternativos y formas alternativas de expresión pública. Sin embargo, la proliferación de contra públicos subalternos no conduce generalmente a una multiplicación de fuerzas en forma automática, sino que deben invertir esfuerzos enormes en concretar alianzas. Esta autora hace referencia a la necesidad de “espacios adicionales”, más comprensivos, en los que los miembros de distintos pero más limitados públicos puedan hablar entre ellos a través de las diversas líneas culturales.

Hansen concede la necesidad de que haya un público más comprensivo, sin embargo afirma que parece cuestionable que un horizonte de contraesfera pública de traducción se pueda construir en abstracto, como una dimensión adicional. Negt y Kluge creen que una respuesta que puede ser un núcleo utópico de la noción de una esfera pública integradora, contrahegemónica, una contra esfera, no tiene que buscarse en el plano intelectual sino en la transformación en curso de los contextos existentes de producción y consumo, en la dinámica material de la expropiación y la reapropiación, de la diferenciación y la globalización.

Al proponer la idea de que la producción crea riqueza social, afirman que esta puede ser reapropiada por los sujetos productores, a partir del cambio en las relaciones de producción, básicamente porque quien controla los medios de producción puede organizarlos de manera diferente, en función del interés de los sujetos productores /experimentadores y no del lucro. La forma más efectiva de esta perspectiva crítica se materializa en “contra producciones”, de una práctica de medios alternativos que intervengan en la esfera pública contemporánea. (Hansen; 1993: 30-31)

Las formas contemporáneas de producción industrial, atravesadas por formas tecnológicas que fragmentan la experiencia de los grupos sociales, generan un orden social en el cual se pone en juego la posibilidad misma de hacer conexiones. Así, se torna crucial un trabajo relacional, que sin embargo exceda a las experiencias efímeras, que incorpore la capacidad de recordar, en tanto dimensión esencial de la *Erfahrung* (*experiencia*) en el sentido empático de Benjamin,

La condición y eficacia de la contraesfera pública depende de dos factores:

- a) El grado en que se reconoce como retórica, como un tropo de autenticidad imposible, reinventando la promesa de la comunidad a través de imágenes sintéticas y sincréticas
- b) La medida en que admite diferencias y diferenciación dentro de sus fronteras y sea capaz de aceptar diversa determinaciones en las identidades e identificaciones. (Hansen: 1993:34)

Sin embargo, los autores advierten que no se puede definir qué constituye una contra esfera ya que es una cuestión de relacionalidad, de cambios coyunturales y alianzas, de hacer conexiones con otros públicos y otros tipos de publicidad, ya que reconocen la calidad irrevocablemente mediada y sincrética de la publicidad moderna.

La contra esfera no es tanto un sitio como un proceso, y la convivencia de estructuras organizativas desiguales con un potencial de inestabilidad, por condiciones impredecibles y acontecimientos aleatorios; situaciones permeables a la aparición de formaciones alternativas, donde los intereses colectivos pueden organizarse. Además, afirman que no todos los contrapúblicos son iguales o proceden de las mismas condiciones de subalternidad, y además no todos los públicos parciales son de oposición.⁹

Eugenia Roldán afirma que, desde la perspectiva de Kluge y Negt, la esfera pública habermasiana excluye la participación de la gran mayoría de la población, deja de lado el intento por comprender adecuadamente cómo se inserta en ésta la experiencia cotidiana, no capta adecuadamente el lugar de los medios masivos en el capitalismo avanzado y se engaña respecto al potencial emancipatorio del debate racional mediante argumentos, asociado con la idealizada esfera pública burguesa

Para nosotros las contraesferas públicas entablarían una relación dialéctica con la esfera pública burguesa y las esferas públicas de producción. En el sentido de que las contraesferas no son pensadas de manera individual y en su esencia, como una

⁹Los autores se refieren a “públicos parciales” como aquellos que funcionan por espacios industriales – comerciales, que por lo general no fueron construidos sobre un modelo identitario, que organizan grupos inmensos (todo un subsistema social en el caso de iglesias electrónicas) y su actividad tiende a permanecer más o menos ocultas a la vista del público que no paga y no participa directamente. Se incluyen entre los públicos parciales a los públicos de multimedios en torno a deportes, iglesias, organizaciones en torno a temas específicos como el aborto, circuitos de videos musicales, etc.

dimensión adicional que se suma a las esferas existentes. No se trata de una esfera autónoma, y por ello, la posibilidad de transformación que encarna la idea de contraesfera se da en los contornos de esa nueva publicidad industrial-comercial.

Características cualitativas:

- Dimensión en referencia a la totalidad de licencias del espectro radioeléctrico que poseen los grupos dominantes / Cantidad de medios gráficos que poseen los oligopolios.
- Formas digitales de difusión de medios convencionales: cantidad, características
- Medios nativos digitales: Cantidad y tipo de medios
- Audiencia de medios masivos digitales /no nativos y nativos

Características de las narrativas que predominan en medios clásicos con versión digital respecto del trabajo

Características de las narrativas que predominan en medios clásicos con versión digital respecto del trabajo.

- Tipo de vinculación entre espacios hegemónicos y espacios contra hegemónicos:

Hay una relación conflictiva / de disputa

Conviven sin mayores contactos

Se establecen diálogos contradictorios

- Características de la relación

Hay una expansión del espacio hegemónico en detrimento de las contra esferas en creación

Hay un crecimiento de contra esferas que crecen de modo reactivo y a la defensiva / con contra esferas autónomas de discursos denigrantes

Hay un decrecimiento / crecimiento de contra esferas en relación con la cantidad y calidad de las organizaciones que las sostienen.

- La noción de “narrativas identitarias” está basada en una idea de identidad no esencialista, sino centrada en “lo relativo a sí de lo mismo”, unida a la distinción de lo “relativo a otra cosa distinta de lo mismo” (Ricoeur: 2006). La identidad

como narración se concreta cuando las personas y grupos organizados de trabajadores, dan significado a sus relaciones contando su experiencia (Epston, Murray & White, 1993; 13). Las historias son los modos a través de los cuales la experiencia vivida es interpretada y el medio crítico a través del cual nos hacemos inteligible dentro del mundo social. Las historias les permiten a los grupos de personas unir aspectos de su experiencia a través de la dimensión del tiempo. No pareciera haber otro mecanismo para la estructuración de la experiencia que capture el sentido del tiempo vivido (Ricoeur, 1983).

- Para hablar de autonarraciones asumimos aquí que las personas y los grupos, en tanto sujetos del relato, no son ni constituyen una identidad distinta de sus experiencias, de allí que los procesos narrativos de identificación sean el resultado de las relaciones sociales que los sujetos colectivos encarnan.

- Las identidades se reconstruyen en el relato que confiere al grupo una iniciativa - el poder de comenzar una serie de acontecimientos, sin que este comienzo se constituya como un comienzo absoluto, un comienzo del tiempo - y por otra parte, dando al narrador en cuanto tal, poder de determinar el comienzo, el medio y el fin de la acción.

- Se entiende aquí que las autonarraciones proponen una visión relacional del auto concepto, de aquellas identificaciones que los grupos construyen relacionalmente y con otros, acerca de sí mismos. Dotan de inteligibilidad a los grupos que proponen explicaciones acerca de quiénes son los sujetos colectivos que elaboran esos discursos.

- Los recuentos narrativos hacen socialmente visibles los eventos y permiten a los sujetos colectivos establecer relaciones posibles entre los eventos que considera relevantes a través del tiempo. De esta manera, pueden constituirlos en recursos culturales importantes utilizados para su auto identificación en el espacio público. (Gergen; 2007;156-8)

6) En particular se distinguirán tres esferas posibles (no excluyentes entre sí), de las autonarraciones emanadas por colectivos autogestivos:

- **Una** que puede concebirse desde una dimensión *micro* que atañe directa e íntimamente a la exhibición de obras y productos artístico-comunicacionales, con vocación identitaria, en ámbitos particulares *co-habitable* término que introduce la necesidad de recuperar la *cotidianeidad* (espacios, tiempos, problemáticas) que pueden tomar como referencia lo territorial y/o lo organizacional en un sentido amplio y el *cuerpo* (como productor de historias, como personaje en los relatos, y como espectador). La co-presencia resulta en este caso una característica propia de un tipo de encuentro que habilita un proceso fructífero para compartir los resultados de los procesos de creación, para debatir y (auto) reflexionar sobre las imágenes (sonoras y/o audiovisuales) con las que (nos) narramos, para instituir sensibilidades ligadas metafóricamente al ojo y/o al oído como dispositivos que incluyen un modo perceptual y cognitivo de construir los mundos habitados y compartidos. Esta es la esfera primaria para la circulación de las auto-narraciones porque los sujetos se reúnen para la *puesta en común* con unos *otros* cercanos a los que los une esa proximidad que emana de las modalidades vinculares que articulan las identidades en las que las gramáticas de relacionamiento están atravesadas por regímenes de la afectividad articuladores de la experiencia de *estar-en-el-mundo*.

- **La segunda** que se expande hacia los intersticios del discurso social en los que se gestan espacios intermedios que modulan una presentación en posición espectacular distante (la pantalla cinematográfica) con modalidades vinculadas al diálogo y al debate de los sujetos que se auto-narran con un público *otro* con el que no comparten la *co-habitabilidad* pero que coinciden en la necesidad de generar contactos sobre las formas de percibir y definir un modo de estar en el mundo que les resulta *común*. El Festival de Cine Social INVICINES (el cine de los invisibles) que se realiza en Córdoba (Argentina) desde el año 2015 es una experiencia de relevancia para la exhibición comunitaria configurada como un encuentro en el que convergen cuatro tipos de tipologías de participación: la exhibición de cortometrajes propuestos por actores sociales (lo cuales no ingresan en proceso de competencia), los largometrajes o medimetrajes que

interpelan temáticamente a problemáticas sociales, los talleres de capacitación, las actividades en lugares de encierro y el cine exprés (producción cinematográfica en un día). El Festival también desarrolla actividades itinerantes durante el resto del año ampliando el alcance de la exposición de obras y colectivos habitualmente silenciados. Lo intersticial, en este caso, representa una (auto)ubicación de los organizadores en el campo socio-cultural que recupera prácticas y metodologías de producción audiovisual con densidad en la gestación de procesos identitarios para ser *mirados* por públicos heterogéneos pero en los que la co-presencia y la palabra son vitales como forma de comunicación.

- **La tercera** se configura a través del Ciber-espacio (Internet y sus diversas posibilidades de plataformas y sitios para la puesta en común) y el teléfono celular (con su potencial tanto para construir historias desde un dispositivo accesible y sencillo en términos de usos tecnológicos como de difusión a partir de alternativas como el WhatsApp) como espacios para la apertura hacia una esfera pública que en principio puede concebirse, desde el pensamiento de Arendt, como ámbito para “revelación, pluralidad, espacio de la acción y del discurso, fragilidad contrarrestada por la memoria y la perdurabilidad de los artefactos y las instituciones, espacio de interacción, de búsqueda de lazos a la vez comunes y de diferenciación” (Rabotnikof Nora, 1997:143). Sin embargo, en la Ciber-espacialidad se observan fenómenos comunicativos caracterizados por la *exacerbación del Yo* que se manifiesta en una expansión del espacio biográfico (Arfuch, 2002), el *anonimato* en un tipo de andar donde juega la táctica (De Certeau, 2000) sobre un territorio que habilita la máscara, la *interacción* en una situación de tensión entre grados de libertad que se mueven entre transparencia y opacidad en la mostración-ante-otros y entre auto-determinación y acatamiento de ciertas reglas de juego pre-instituidas por otros, la *transposición* de historias entre medios y lenguajes diferentes, como algunos rasgos relevantes a los fines de esta exposición.

7)En base a las definiciones y caracterizaciones enunciadas arriba, se procederá a construir varios cuadros tentativos con las variables y sus características observables, de triple entrada (un cubo), donde se puedan vincular entre sí a las diferentes variables y

sus características, de manera que se puedan ver las múltiples y diversas interacciones, y puntos de contacto.

8) Con las variables definidas, y las características de cada una identificadas, así como las interacciones y puntos de contacto entre ellas, se procederá a diseñar las preguntas guías de para los grupos focales, y, en una segunda fase, a diseñar los cuestionarios para las encuestas.