

Abatedaga, Nidia C.

nidiaabatedaga@yahoo.com.ar

Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba

Área de interés: Comunicación y política

Palabras claves: Medios Recuperados – Comunicación - Subjetividad Colectiva

COMUNICACIÓN Y PRÁCTICAS DE SUBJETIVIDAD COLECTIVA:
PRIMEROS ANÁLISIS DE CASO DE UN MEDIO RECUPERADO:
COOPERATIVA LA PRENSA (RESISTENCIA).

BREVE RESEÑA HISTÓRICA

Cuando la empresa *Papel Prensa* pidió la quiebra el 1° de octubre de 2002, ya se encontraba en convocatoria de acreedores desde el año 1998 (durante el gobierno de Ángel Rosas en la Provincia de Chaco). La justicia concurrió al local a cerrarlo para esa fecha, cuando habían declarado ya el concurso de acreedores y se debía un año de sueldos a los empleados. En palabras de uno de los actuales socios de la cooperativa “Vinieron con fajas y los propios empleados frenaron a los jueces”. (1) En el momento en que entró el Síndico de la quiebra acordaron continuar trabajando, en principio desde esa fecha hasta diciembre de 2002.

En ese momento había alrededor de 65 personas trabajando, de las cuales muchas se fueron y de los que se quedaron muchos lo hicieron porque sentían que no les quedaba otra alternativa. Algunos de los que actualmente se encuentran trabajando afirman que “costó mucho arrancar, porque no se creía en el proyecto”, “nos trataban de locos”. Afirman que además que “venían viendo lo que ocurría en Zanón” (2)

Al principio de la formación de la cooperativa hubo 30 socios, de los cuales se fueron 8. A pesar de que el periódico nunca dejó de salir, en los inicios fue muy difícil juntar el dinero necesario para pagar un insumo básico: el papel.

El dueño de la empresa que había quebrado tenía un Leasing con el Banco del Chaco que los integrantes de la cooperativa no continuaron. Actualmente la cooperativa es

propietaria del periódico y está funcionado con un nuevo acuerdo que realizó con el gobierno de la provincia por el cual la jueza otorgó a en préstamo el local donde funciona.

Los bienes muebles y los instrumentos que pudieron rescatar del saqueo realizado por la administración anterior y por algunos empleados que se fueron antes de la conformación de la cooperativa (PCs, mesas, sillas, etc.) se alquilan, por lo que abonan mensualmente un monto pre establecido. En sus inicios la cooperativa contaba con 9 computadoras útiles. Entre otras cosas, desaparecieron discos duros, bases de datos y otros insumos informáticos.

El taller de impresión es propio, lo que favorece la reducción de costos de producción. La rotativa pertenecía al antiguo propietario, el Sr. Eduardo Balbuena y la cooperativa la utiliza con una prenda realizada a través de un depósito en cuenta bancaria.

Durante los 4 años de vida que lleva la cooperativa, las condiciones en que se desarrolló el proceso de trabajo en cuanto a sus trabajadores ha ido modificándose. En un principio la cooperativa se conformó con 22 socios e igual cantidad de *colaboradores* (3). Durante los dos primeros años se produjeron cambios en la composición, llegando a marzo de 2005 con 19 socios – porque algunos de se habían retirado de la cooperativa – y 25 colaboradores – fundamentalmente por el ingreso de nuevos trabajadores, muchos de ellos estudiantes de la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional del Nordeste.

ALGUNAS HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN – METODOLOGÍA UTILIZADA

El proyecto propone abordar, además de la dimensión descriptiva del proceso material interno y externo, el análisis de algunos factores que favorecieron la conformación y permanencia de estos colectivos de trabajo en Medios Gráficos Recuperados. En *El Diario de la Región* esta primera etapa se analizan las formas internas dominantes de comunicación por considerarlas un rasgo articulador del trabajo y de la ideología y una dimensión central en las prácticas de subjetividad del colectivo de trabajadores.

Para lograr ese objetivo, se trabajó con los conceptos de interacción discursiva, considerando que los Medios son un ámbito de producción de significaciones e ideología, tanto en las formas de interacción institucional entre los sujetos – trabajadores (periodistas

productores de objetos culturales), como en su vinculación hacia fuera como mediadores sociales.

En tanto son Unidades de significación el rasgo comunicativo está presente en el modo como se produce la conciencia de los trabajadores a partir de la interacción discursiva. El sujeto concreto que trabaja produce significaciones a través del lenguaje y de ese modo enlaza ciertos contenidos de su conciencia a otras, produciendo una subjetividad característica.

Que el lenguaje tenga una función interna o subjetiva ligada a la conciencia hace que la propia existencia de la conciencia en tanto “hecho real” esté condicionada por él. Emerge de la relación material que se establezca entre sujetos: "la conciencia sólo puede realizarse y convertirse en un hecho real después de plasmarse en algún material sígnico (...) sólo deviene conciencia al llenarse de un contenido ideológico (sígnico) y por lo tanto, sólo en proceso de interacción social". (4)

Tenemos así tres elementos que Voloshinov define claramente: En primer lugar, para que la conciencia sea un hecho “real” debe materializarse en signos, en segundo lugar, como los signos por definición no pueden existir en forma independiente de la ideología, esa materialización es ideológica, y en tercer lugar como la existencia de los signos sólo se produce en la interacción social, debe inferirse que la ideología que constituye la conciencia proviene de este proceso interactivo entre sujetos.

En su relación con el exterior, y dadas las características particulares del producto de los medios – ser comunicación– se considera aquí el modo como se produce el traslado de las significaciones subjetivas del colectivo al producto de su trabajo. Para que pueda hablarse de un rasgo comunicacional en este nivel se afirma que la relación del Medio con la sociedad a través de su discurso es un hecho de significación que requiere como condición necesaria que haya *unidad* en el proceso social inmediato, un territorio material y discursivo común a los sujetos de la comunicación.

El proyecto plantea la pregunta de investigación que refiere a ¿por qué la opción de apropiación colectiva en este Medio Masivo Recuperado?. A ella se propusieron algunas respuestas que permitieran tener unas hipótesis de trabajo como guía de esta primera etapa de la investigación. Dos de las hipótesis afirman que:

- I. Al interior de los Medios Recuperados la interacción discursiva vinculó las nuevas condiciones laborales con una ideología que modificó la subjetividad colectiva de los trabajadores.
- II. La comunicación articuló esos factores objetivos generales con la subjetividad colectiva de los trabajadores de *Medios Recuperados* sintetizando en una Identidad cualitativamente diferente de la que tienen los trabajadores asalariados.

Con base en estas hipótesis se realizó la primera parte de la investigación en la que se aplicaron las técnicas de Observación No participante y Entrevistas. Las Observaciones se realizaron durante 6 meses, una vez al mes desde febrero a julio de 2005 con una pauta prefijada de dimensiones de análisis entre las cuales figuraban: características del proceso de trabajo, modalidades de trabajo, redes de solidaridad, características de la comunicación en el proceso de trabajo, grados de informalidad / formalidad de la interacción discursiva, temas predominantes, canales, flujos y espacios de comunicación, sentido de pertenencia, atributos manifiestos del grupo.

La información registrada a través de la Observación fue analizada a la luz de las dimensiones trabajadas y luego comparadas con la información obtenida a través de las entrevistas.

Las entrevistas fueron estandarizadas (por lo que se aplicó el mismo cuestionario a todos los trabajadores del diario) y constaron de 30 preguntas abiertas, que se organizaron en torno a las siguientes dimensiones: Percepciones de los trabajadores sobre sí mismos como cooperativa, Conocimiento de los Principios que rigen la forma cooperativa, Identificación de problemas en el funcionamiento cotidiano y percepción sobre las instancias de decisión. El cuestionario fue aplicado al 90 % de los que trabajan en la cooperativa, socios y no socios, totalizando 30 entrevistas.

Las respuestas se codificaron a partir de categorías que surgieron de las mismas entrevistas con el programa estadístico SPSS con el que se ordenaron resultados de esta indagación y con la lectura horizontal de respuestas, que permitió el análisis cualitativo de lo aportado por los entrevistados. Los resultados que aquí se presentan son conclusiones

parciales de esta primera etapa, debido a que aún no se concluyó el análisis de la totalidad de dimensiones indagadas.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA SITUACIÓN INTERNA

El proceso material de los Medios Masivos conforma un intercambio que supone un sistema físico que permite llevar a cabo expresiones de algún tipo. En palabras de Umberto Eco un proceso comunicativo supone el paso de una señal a través de un sistema material de intercambio (soporte) que supone reglas conocidas y códigos socialmente establecidos y que incluyen una fuente que emite a través de un transmisor a lo largo de un canal hasta un destinatario, del cual se requiere una respuesta interpretativa del contenido emitido. (5)

Este sistema de intercambio requiere un proceso de trabajo que desarrollan sujetos (periodistas, fotógrafos, técnicos, etc.) quienes a partir de la utilización de ciertos instrumentos o medios de trabajo (computadoras, rotativas, video grabadoras, etc.) modifican un objeto (hechos sociales noticiables, páginas redactadas, grabaciones en bruto, etc.) para realizar un producto de características masivas (periódico, noticiero, programa radial, etc.).

En los Medios se pueden identificar, por tanto, dos tipos de rasgos comunicativos que se complementan. Uno de ellos es el que corresponde al proceso material de los intercambios comunicativos que se producen al interior del Medio, intercambios necesarios para llevar adelante un proceso de trabajo que se realiza entre áreas que desarrollan trabajos diversos, con base en una división y forma particular de cooperación del trabajo.

El otro rasgo comunicativo puede observarse en el proceso de los intercambios que produce el Medio en su relación con el exterior, es decir en procesos por los cuales se intercambian expresiones con otros sujetos colectivos o individuales que están por fuera del Medio en particular (agencias noticiosas, el Estado, público que realiza respuestas interpretativas del producto, etc.).

Lo que distingue este intercambio con el exterior que realizan los Medios de otros procesos materiales de trabajo radica en el tipo particular de intercambio que realiza, pues el resultado que producen son en sí mismos una expresión. A diferencia de otras organizaciones, en las que sus intercambios con el exterior suponen rasgos comunicativos

adheridos a la provisión de un producto o servicio, en el caso de los Medios el propio producto constituye en sí mismo un rasgo comunicativo, *es* un proceso de comunicación – en los términos aquí definidos – además de que eventualmente puedan tener adheridos otros procesos comunicativos como los publicitarios, por ejemplo. Por tanto hay producción a la vez material e ideológica en el producto, que podrá manifestar u ocultar la ideología del Medio.

En cuanto al proceso material de intercambios que se producen al interior del Medio que aquí se analiza, se pudo advertir, desde abril de 2005 y tras un cambio de Consejo de Administración que conllevó un cambio en la política de trabajo, que hubo una nueva composición de los trabajadores, quedando actualmente el 80 % de ellos en condición de socios, mientras el 20 % restante es colaborador por opción, ya que cada colaborador actual ha decidido no hacerse socio de la cooperativa por razones particulares.

El proceso de trabajo que se lleva adelante incluye áreas divididas según el esquema de la organización anterior a la cooperativización:

- 1) **RECEPCION:** En esta área se desempeñan dos trabajadores en dos turnos (uno por turno) en horarios de 8:30 a 16 y de 13 a 20:30 hs. En cumplimiento de un convenio realizado con un Centro de Capacitación por el cual se otorga un puesto de trabajo a personas con capacidades diferentes. La cooperativa abona el transporte.
- 2) **PUBLICIDAD:** Depende de la Gerencia y de Administración. Las tareas que se realizan son atender las suscripciones y receptor la publicidad. Hay dos personas trabajando, una de ellas realiza la venta callejera de publicidad y la otra vende espacios publicitarios desde el local del diario.
- 3) **REDACCIÓN:** Este sector se encuentra organizado por tema, es decir que existen 7 sub – áreas denominadas: “Locales” (incluye política y economía), “Nacionales” e “Internacionales”, “Deportes”, “Sociedad” y “Cultura”, “Policiales”, “Publicidad” y “Fotografía” La redacción tiene como fuentes de información a la Agencia Télam – con la que se comunican a través del Fax, al Gobierno provincial y municipal los que envían 4 partes diarios (por la mañana, al mediodía, por la tarde y a la noche), a la red Internet y unos 30 corresponsales ubicados en la mayoría de las localidades del interior provincial.

- 4) **CORRECCIÓN:** En esta sección se cuenta con 3 trabajadores que realizar la tarea en forma manual.
- 5) **ARMADO (SISTEMA):** Aquí se trabaja con las PCs en red y en Word para diagramar la página. El diseño de información es hecho por todos y una persona realiza tareas menores.
- 6) **FOTOMECÁNICA:** El trabajo para la elaboración del producto se realiza en Offset. Se arma la página vegetal, luego arman los astralotes de página (a razón de 4 hojas vegetales = 4 páginas por chapa. Estas chapas son descartables y tienen un costo aproximado de entre \$ 14 y \$ 16 cada una. En el área se encuentran trabajando dos personas, ambos desde el principio de la gestión cooperativa.
- 7) **TALLER:** es el lugar donde se encuentra la rotativa, cuyo trabajo comienza a partir de las 20:30 hs. aproximadamente. Allí trabajan dos personas.
- 8) **EXPEDICIÓN:** En este sector se arman en paquetes y cuentan 100 ejemplares cada 20 minutos. Trabajan aquí dos personas que están desde el principio de la actual gestión cooperativa.
- 9) **DISTRIBUCIÓN:** Es realizada por la propia cooperativa, con socios que venden el periódico. Antes había dos socios encargados de la tarea y recientemente se incorporaron 2 personas más. Con los canillitas hay un arreglo para la venta de los periódicos que consiste en que ellos se queden con un porcentaje. Por ejemplo antes el periódico costaba \$ 1,20 y de ese precio de tapa el canillita se quedaba con \$ 0,75. Actualmente el costo es de \$ 1,50. Hace poco tiempo incorporaron 12 personas jóvenes (entre 18 y 20 años) para incrementar la suscripción, con los que acordaron un precio del 50 % del monto suscripto.
- 10) **SUELDOS** En el sector de Administración se encuentra trabajando un socio de la cooperativa. La organización financiera se realiza con un criterio que toma en consideración – del total del dinero ingresado - en primer lugar la cobertura de los costos de funcionamiento. Esto incluye priorizar a los colaboradores, que perciben, por 6 hs. de trabajo, según la función y la responsabilidad, entre \$ 200 y \$ 350 por mes. El excedente se distribuye entre los socios y representa actualmente \$ 450 para cada uno aproximadamente. Por otro lado, el arreglo económico con los

corresponsales es con un porcentaje de la venta de los periódicos en la localidad a la que pertenecen.

En la descripción se puede observar que esta división del trabajo obedece a las necesidades del funcionamiento propio de un Medio, pero se conserva una de las nominaciones a sectores que no se corresponde completamente con la realidad jurídica actual de la institución. Se denomina *sueldos* al área en la que se administran los ingresos y se distribuyen los excedentes entre los socios. Sólo hay sueldos para los colaboradores, el resto de los trabajadores cobra una parte (igual para todos) de lo producido económicamente por el medio mensualmente.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y SITUACIÓN ECONÓMICA

Afirmábamos arriba que el segundo rasgo comunicativo está conformado por los intercambios que produce el Medio en su relación con el exterior, a través de los cuales se intercambian expresiones con otros sujetos colectivos o individuales que están por fuera del Medio en particular (agencias noticiosas, el Estado, público que realiza respuestas interpretativas del producto, etc.).

El Diario de la Región tiene una tirada de entre 1600 y 3000 ejemplares, según se trate de días de semana o de fines de semana respectivamente. La cobertura es provincial, aunque en las localidades del interior es escasa la cantidad de ejemplares que se venden, por lo que el mercado más importante que tiene es el de la ciudad de Resistencia.

Durante el primer año de la cooperativa el periódico se vendía sólo en los kioscos, pero después se implementó la suscripción con la cual parecen haber tenido buenos resultados dado que, según afirman los entrevistados “levantó la venta y permite que el diario se encuentra en la casa de la gente”. Aunque subsisten algunos problemas de distribución, la suscripción intenta atraer el sector comercial, obsequiando un aviso clasificado a cada suscriptor. La suscripción es lo que actualmente sostiene económicamente al diario, porque es un ingreso fijo, no fluctuante como la publicidad.

Dentro de los anunciantes, el más importante que poseen es el propio gobierno provincial, que a la vez posee un aparato de prensa importante y bien estructurado. Si bien algunos entrevistados afirman que el gobierno “condiciona poco” los contenidos del periódico, también son conscientes que necesitan “mantener buenas relaciones”. El

gobierno tiene asignada la página 3 del periódico— por lo que paga 10 mil pesos al mes por cuatro publicaciones - y en el resto del periódico afirman que “hacemos lo que queremos...no estamos casados con el gobierno”. Es notorio el efecto económico que produce en el diario el retraso del gobierno en el pago del dinero comprometido.

Durante el último año se observó una notable retracción en la participación financiera del gobierno así como una tendencia de la cooperativa a buscar nuevas formas de financiamiento, tales como subsidios específicos que fueron gestionados para realizar mejoras en el equipamiento informático (nuevas computadoras, impresoras) así como para adquirir un vehículo utilitario o insumos básicos como papel. Este tipo de ingresos han mejorado sustancialmente el trabajo y parcialmente la regularización del excedente que se distribuye entre los socios de la cooperativa.

En cuanto al mercado local y provincial de periódicos en el que compite *El Diario de la Región*, se encuentra el diario *Norte* - líder por la tirada y la antigüedad - y *Primera Línea*. Este último es de una antigüedad similar a la de *El Diario de la Región* y hacia él migraron varios de los trabajadores que decidieron no integrar la cooperativa en octubre de 2002.

Cuando se les preguntó respecto de la competencia, muy pocos entrevistados se refirieron al periódico *Primera Línea*, sin embargo todos mencionaron al periódico *Norte*, incluso las referencias hechas a cómo se diferencian de la competencia remite solamente a éste último: “Los contenidos proponen reflejar la realidad, según nuestros propios criterios, uno de los cuales está vinculado a mantener un punto de vista social, que es lo que le importa a la gente”.(5) Parece claro que los integrantes de la cooperativa reconocen la diferencia que tienen en el mercado con el líder en tirada y venta de periódicos en Chaco, pero sienten que sólo *Norte* es su competidor, incluso remiten a compararse con él cuando salen los índices provinciales de lectura de periódicos. Afirman que “Norte es un diario conservador y tradicional, mientras que nosotros nos presentamos con una perspectiva más social, y la gente diferencia eso”. (6)

RESULTADOS PARCIALES DEL ANÁLISIS DE ENTREVISTAS

El proceso de trabajo se desarrolla con características similares a las que tenían antes de la cooperativización en cuanto a la división de trabajo por áreas en que se realiza el periódico diariamente. Los entrevistados afirman que “...la estructura con la que trabajábamos era igual que ahora..” (7) Los cambios realizados se debieron fundamentalmente a la necesidad de adecuar el trabajo a la menor cantidad de integrantes que ahora tenía el medio (recordemos que se redujo a la mitad la cantidad de trabajadores: cuando era una empresa privada trabajaban 65 personas y ahora entre socios y colaboradores se encuentran unos 35 trabajadores). “Hubo cambios en la organización, ahora estamos más organizados, pero fue difícil de manejar al principio. La gente fue circulando por las distintas áreas” (8)

Esta adecuación se realizó en áreas como la administración (que quedó sólo con dos personas trabajando) y publicidad, ambos sectores demandaron conocimientos específicos que tuvieron que ser asumidos por personas que se dispusieron a aprenderlos, orientados por quienes alguna vez, en el diario o en otro trabajo, los habían desempeñado. El sector que se mantuvo con un número regular de integrantes es la redacción, corrección y sistemas, en las que después del primer año de trabajo de la cooperativa fueron ingresando nuevos trabajadores.

El trabajo cotidiano se desenvuelve con un alto grado de informalidad en cuanto a horarios y al uso de espacios físicos. Parece innecesario el control de horarios de ingreso y egreso y aunque en algún momento se implementó el uso del reloj para marcar tarjeta, no fue un tema que apareciera mencionado en las entrevistas cuando se preguntó acerca de los problemas que cada entrevistado percibía en la gestión del trabajo cotidiano. El uso de los espacios se realiza de un modo fluido, sin que haya una división tajante de los escritorios y computadoras para usos particulares de cada trabajador.

La disposición del lugar favorece la interacción discursiva de carácter informal también, debido a que al traspasar la recepción y un pasillo, se abre un espacio físico central, donde trabajan los redactores, abierto y sin divisorios, alrededor del cual hay oficinas vidriadas donde trabajan las áreas de publicidad, sistema, corrección y administración.

La circulación en estos espacios es incesante y los únicos que trabajan con mayor aislamiento son los trabajadores del área de sistemas y los correctores. El resto de los trabajadores *circulan* en forma permanente por lo que es normal que se pregunten dónde está la persona que buscan. Difícilmente se encuentre un redactor trabajando en la misma computadora todo el tiempo y esto genera una interacción discursiva del mismo carácter informal y relajado. La percepción que tienen sobre su trabajo es que “se trabaja más tranquilo. Antes había mucha presión, si hablabas te suspendían, muchas cosas cambiaron, por ejemplo ahora somos dueños, pero todavía no nos mentalizamos. Hay más responsabilidad, depende de vos”. (9)

Los temas que se escuchan en los diálogos informales van desde los estrictamente relacionados con el trabajo a los personales, con clara predominancia de los primeros. La modalidad que asumen los temas y los diálogos tienen mucha similitud con la que se asume en relaciones familiares: preguntas en voz alta a una persona que está en otra sección, bromas, comentarios sobre situaciones vividas en la cobertura de una nota, acontecimientos extra laborales, entre otros.

Estas situaciones y lo afirmado por muchos de los entrevistados permiten dar cuenta de la existencia de un fuerte sentido de pertenencia. En las entrevistas abundan los pronombres en plural: el “nosotros” está en la mayor parte de las respuestas y la identificación con el colectivo se observa en las definiciones: “no nos mentalizamos” “antes estábamos más separados” “todos trabajamos mancomunadamente” “todavía no nos podemos enderezar en lo económico”. Además hay expresiones elocuentes sobre el sentimiento de pertenencia: “...yo amo el Diario.. me emociono cuando hablamos de lo que pasamos juntos.” (10)

En relación a los cambios percibidos por los trabajadores desde que se hicieron cooperativa, éstos son indiscutibles. Cuando se les preguntó *¿qué diferencias percibe en su trabajo a partir del cambio de propiedad del Medio?* todos los entrevistados afirmaron que hubo muchas y en distintas direcciones. A los efectos de dar un orden a las respuestas y en función del marco teórico propuesto, se han organizado las afirmaciones alrededor de tres conceptos: *cambios en el trabajo, cambios en la ideología y cambios en el producto.*

ASPECTOS MODIFICADOS DESDE COOPERATIVIZACIÓN

		Frequency	Percent	Valid	Cumulative
--	--	-----------	---------	-------	------------

				Percent	Percent
1					
No hubo cambios ideolog	3	12,5	12,5	12,5	
2					
Sí hubo cambios ideolog	3	12,5	12,5	25,0	
3					
Sí hubo cambios en el trab	3	12,5	12,5	37,5	
4					
No hubo cambios ideol-Si en el trabajo	1	4,2	4,2	41,7	
5					
Si hubo cambios en la ideol-No en el trab	1	4,2	4,2	45,8	
6					
Sí hubo cambios en lo ideológico y en trab	6	25,0	25,0	70,8	
7					
Sí hubo cambios ideol, de trab y en prod	3	12,5	12,5	83,3	
N/S	4	16,7	16,7	100,0	
Total	24	100,0	100,0		

Si se analiza el cuadro se puede observar que a partir de la suma de los ítems 6 y 7 que un 37,5 % de los entrevistados que respondieron a esta pregunta afirman que *hubo cambios tanto en el trabajo como en la ideología de los trabajadores*.

Si sumamos a este porcentaje los que afirman que los cambios se produjeron sólo en el trabajo (ítem 3 y 4) se obtiene que un 54,2 % de los miembros del diario perciben modificaciones en su trabajo.

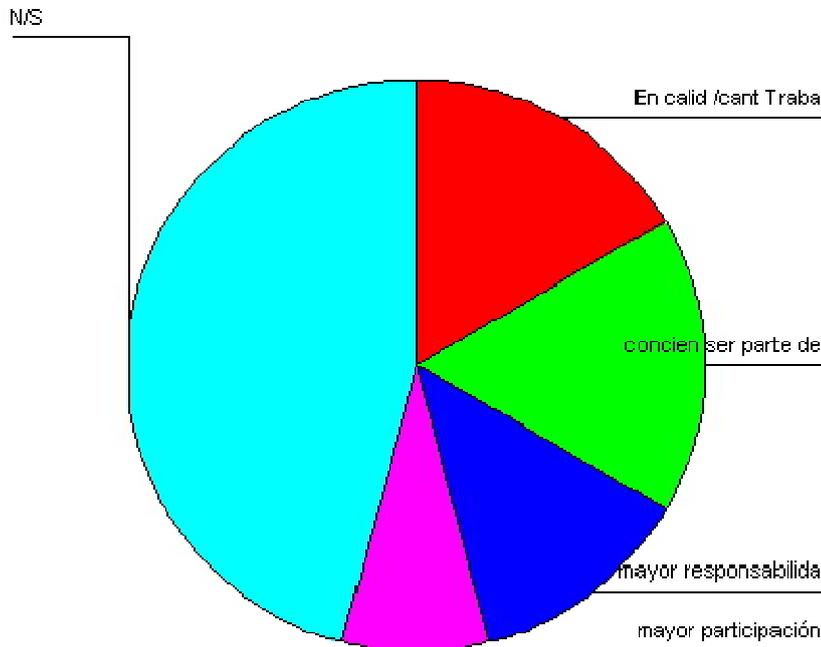
Si en cambio al porcentaje inicial se suman los ítems relacionados con quienes afirman sólo un cambio ideológico (ítem 2 y 5) se obtiene el mismo el mismo porcentaje: 54,2 %.

Tenemos, por tanto que más de la mitad de los trabajadores perciben un cambio en alguno de los aspectos señalados (la ideología o el trabajo) o en ambos aspectos.

Un 16,5 % (sumados los ítems 1 y 4) afirma que no hubo cambios en los aspectos ideológicos y sólo un 4,2 % afirma que no hubo cambios en el trabajo (ítem 5). También es significativo que sólo un 12,5 % de los entrevistados mencionaron modificaciones en el producto final de la cooperativa.

Para tener una mayor precisión en cuanto a qué significaban los cambios en el trabajo, se preguntó a los entrevistados acerca de su percepción sobre las modificaciones que había notado en la tarea cotidiana que desempeñaba. Muchos de ellos no pudieron dar cuenta de la situación debido a que no habían participado en la gestión anterior. De los que respondieron a esta pregunta ninguno afirmó que no hubo cambios, y las direcciones de éstos se manifestaron en 4 dimensiones como muestra el gráfico que sigue: cambios en la *calidad y/o cantidad de trabajo* (16 %), en la *conciencia de ser parte de un todo* (16 %), en una *mayor responsabilidad* (12,5 %) y en una *mayor participación* (8,3 %).

CAMBIOS PERCIBIDOS POR LOS TRABAJADORES EN SU TAREA COTIDIANA

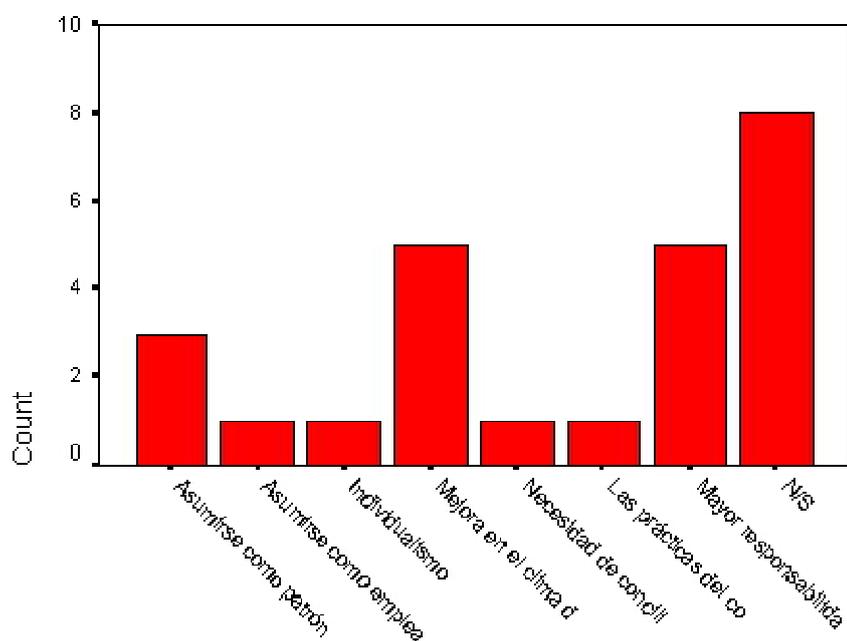


Algunas citas de entrevistas son significativas en cuanto a cómo perciben los cambios en su trabajo: “Fue muy grande el cambio. Antes te limitabas a hacer a full el trabajo, ahora si bien también hacés a full el trabajo también tenés otras responsabilidades y obligaciones pendientes constantemente. Es parte tuya, sentís que hay algo tuyo y te quedás.” (11)

“Tenés más presión porque el trabajo en administrativo es para cuatro personas más y todo se divide entre los tres que somos. Todos hacemos lo mismo y nos podemos reemplazar. Antes no pensaba que si hacía mi trabajo incompleto perjudicaba al de al lado... Ahora si no lo hacés vos, te jodés vos sola y a todos los socios...” (12)

“Básicamente el crecimiento a nivel individual es el de asumir el rol y trabajar el doble, los conocimientos son los mismos, pero hay el doble de responsabilidad” (13)

“Tomé mayor participación... puedo dar mi punto de vista sobre la administración, me siento más incluido. Lo que no sé puedo preguntar” (14)



Percepción del Trabajo Conjunto

Pese a la gran informalidad tanto en el trabajo como en la interacción discursiva, en el mismo porcentaje (20 % de quienes respondieron) los entrevistados indican que hubo una mejora sustancial en el clima de trabajo como en el aumento de la responsabilidad que implica la nueva situación, como indica el gráfico de barras.

El hecho de percibir modificaciones en el conjunto de los trabajadores se ha ido dando como un aprendizaje, que se ha producido desde el momento en que decidieron hacerse cooperativa o comenzar a trabajar en ella, como en lo que hace a la continuidad de las formas de trabajo. “Aquí trabajamos todos mancomunadamente. Es nueva la idea, de a poco entiendo de qué se trata” (15)

También se manifiesta este proceso de aprendizaje en el que se están modificando las prácticas de subjetividad colectiva en las variaciones que van advirtiéndose en referencia a las posiciones que ocupan algunos de los trabajadores. El cuadro muestra claramente que muchos de ellos (12% de los entrevistados que respondieron) advierten que la situación de ser cooperativa puede desviarse a “asumirse como patrón” y por tanto comportarse de un modo autoritario con los otros socios o por el contrario “asumirse como empleado”, aunque en menor cantidad (sólo un 4 % de quienes respondieron a esta pregunta afirman esta

posible desviación) también llaman la atención sobre la permanencia en la posición de recibir órdenes y no participar responsabilizándose en tomar decisiones.

En relación a esto, algunos entrevistados afirman: “Hay un cambio grande en muchos de nosotros, pero cuesta...está como en el medio. A algunos les cuesta asumir la responsabilidad de ser cooperativa y otros todavía tienen presente al patrón” ¹⁵ Otros afirman que “Algunos se han tomado a pecho ser patrones y han abusado, respaldados en otras personas...gente que entró diez puntos y ahora se cree patrón, es más soberbio...Lleva un poco de tiempo aprender esta nueva forma de trabajar.” (16)

Respecto de las instancias de decisión hubo un primer periodo que marcan todos los entrevistados, que coincide con la gestión del primer Consejo de Administración (cuyo presidente era el Sr. Julio Ramos, durante el cual la instancia de reunión en Asamblea no funcionó con mucha regularidad (sólo se hacían las Asambleas anuales ordinarias, para hacer pública la Memoria y el balance).

Esta situación aparentemente provocó que durante ese periodo el Consejo de Administración funciona como “patronal”, tomando decisiones por sí solo, sin la participación del resto de los socios. Lo llamativo es que tampoco éstos solicitaban que se realice una Asamblea Extraordinaria (según lo previsto por los estatutos con el pedido de 5 socios pueden organizar una).

Todas las entrevistas manifiestan un cambio sustancial cuando se renovaron las autoridades, a las que en general las sienten “más comprometidas con la cooperativa”. A partir de entonces y hasta la actualidad cambió esencialmente el funcionamiento, ya que vienen desarrollándose Asambleas semanales o quincenales en las cuales si bien no participan todos los socios, se ponen en discusión temas sobre los que hay que tomar decisiones para el colectivo de trabajadores.

Los primeros resultados obtenidos en esta etapa de la investigación muestran que se encontró una correspondencia entre los tipos de interacción comunicativa dominantes y las características que fueron asumiendo algunas prácticas de subjetividad colectiva. Estas prácticas permitieron al grupo ir construyendo una identidad diferente a la del trabajador asalariado y por tanto la conformación de un sujeto político colectivo.

Las características precisas y el tipo de Identidad Colectiva asumida no puede afirmarse que se corresponda de un modo completo con la que pregonan los principios cooperativistas. Muchos de los miembros de *El Diario de la Región* asumen esta dificultad y admiten que existe un proceso de educación a realizar, porque pensar como un colectivo es un aprendizaje que están realizando.

NOTAS:

¹ Entrevista a un miembro de la sección Publicidad

² Entrevista a un redactor

³ La de *colaboradores* es la figura que adoptó la cooperativa para nombrar a quienes trabajan regularmente en la producción del periódico pero sin ser socios. Cobran un salario mensual o – como en el caso de los miembros del taller – se les paga por día o por semana. Hasta el segundo año de existencia de la cooperativa no se planteó entre sus integrantes el ingreso de nuevos socios. A partir de abril de 2005 se decidió ofrecer a todos los colaboradores la posibilidad de ingresar como socios a conformar de modo pleno y sin necesidad de aportar ningún capital.

⁷ Voloshinov, Valentin Nikólaievich: *El marxismo y la Filosofía del Lenguaje*. Alianza Ed. Madrid. 1992. P 35

⁴ Eco, U.: *Tratado de Semiótica General* Ed. Lumen. Barcelona. 1977.

⁵ Entrevista a la actual Tesorera de la Cooperativa

⁶ Entrevista a un redactor

⁷ Entrevista a un redactor

⁸ Entrevista a un redactor

⁹ Entrevista a un trabajador del área publicidad

¹⁰ Entrevista a un trabajador del área publicidad

¹¹ Entrevista a un redactor

¹¹ Entrevista a un miembro de la Administración

¹² Entrevista a un trabajador del área Sistema

¹³ Entrevista a un trabajador de la administración

¹⁴ Entrevista a un redactor

- ¹⁵ Entrevista a un redactor
- ¹⁶ Entrevista a un trabajador del área publicidad

BIBLIOGRAFÍA

- Eco, U.: *Tratado de Semiótica General* Ed. Lumen. Barcelona. 1977
- Garnham, N.: “Contribución a una economía política de la comunicación de masas” en M. De Moragas (ed.) *Sociología de la Comunicación de masas* Vol. I Ed. G.Gilli. México. 1993.
- Gramsci, A: *El materialismo histórico y la filosofía de Benedetto Croce*. Ed. Nueva Visión. 2003 b
- Voloshinov, Valentin Nikólaievich: *El marxismo y la Filosofía del Lenguaje*. Alianza Ed. Madrid. 1992.

¹⁵ Entrevista a un redactor