

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA INCIDENCIA DE ORGANIZACIONES DE CATAMARCA. RED DE ECONOMÍA SOCIAL COOPERACIÓN Y TRABAJO

Datos de los expositores:

Almada Maza, Adelaida Luz Amanda, DNI: 28.322.922, Licenciada en Comunicación Social, e-mail: luznur2004@yahoo.com.ar.

Ríos, Romina Irene, DNI: 28.885.740, Licenciada en Ciencia Política, e-mail: riosrominai@hotmail.com.

Tolosa González, Gabriela Andrea, DNI: 23.024.615, Licenciada en Comunicación Social, e-mail: gabrielatolosa@yahoo.com.ar.

Organización a la que pertenecen: Centro de Comunicación Rimasay y Proyecto de Investigación FH18227381 Facultad de Humanidades Universidad Nacional de Catamarca.

RESUMEN

El presente trabajo forma parte del proyecto de investigación/acción titulado “Estrategia de Comunicación para la incidencia de organizaciones e instituciones de Catamarca”. El mismo busca conocer los procesos de producción de sentido en las prácticas políticas de organizaciones sociales e instituciones, que muestren vocación de incidencia en la esfera pública, para analizar de qué manera éstas configuran acciones políticas y luchas de poder en el espacio público.

El proyecto busca analizar las experiencias en tanto prácticas comunicacionales, teniendo en cuenta las estrategias discursivas, los modos y canales de intervención, y la manera en que las organizaciones e instituciones construyen su identidad como actores políticos.

En este marco se trabaja con la "Red de Economía Social Cooperación y Trabajo", organización de segundo grado integrada por ONG's de desarrollo, microcrédito, ferias, etc. El objeto es aproximarnos, reconocer y explorar, cómo lo comunicacional genera incidencia, participación y acción política en el espacio público.

Actualmente, la investigación se encuentra en la etapa de propuestas de intervención considerando algunas dimensiones problemáticas recuperadas en el diagnóstico: Comunicación Interna, Identidad, Participación y lo Organizativo. En tanto, se reconoce la falta de una visión y misión claras, problemas de comunicación que son inherentes a las organizaciones hacia adentro y que se traducen en el espacio multiactorial afectando el

funcionamiento organizacional que tiene su correlato en el nivel de incidencia política de la Red.

Palabras Claves: Comunicación – Organizaciones – Incidencia

Área Temática: Comunicación en las Organizaciones

INTRODUCCIÓN

El presente documento intenta presentar los avances del proyecto de investigación de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Catamarca, titulado “Estrategia de Comunicación para la Incidencia Política de las Organizaciones Sociales e Instituciones de Catamarca” que llevan adelante los investigadores que forman parte del Centro de Comunicación Rimasay. El trabajo está dirigido por el Lic. Washington Uranga, y en el marco del mismo se aborda a diferentes organizaciones e instituciones de la provincia de Catamarca; en este caso en particular, corresponde a la Red de Economía Social Cooperación y Trabajo (Red CyT) para reconocer, desde una perspectiva comunicacional, los procesos de producción de sentido en las prácticas de los diferentes actores sociales con vocación de incidencia. Asimismo, analizar de qué manera las prácticas de la organización configuran acciones políticas y luchas de poder en el espacio público.

Con esta perspectiva, consideramos como punto central que el trabajo de campo opera como reaseguro de la investigación, por cuanto la vinculación del investigador social con los actores sociales en el terreno, permite una adecuada comprensión de cuanto ocurre, tomando como parte importante del análisis lo que dichos actores sienten, piensan y dicen sobre su organización.

Es por ello que el presente documento da cuenta de la instancia diagnóstica a la que se ha arribado mediante la realización de talleres participativos desarrollados con los integrantes de la organización, el análisis de los documentos de la misma y entrevistas a informantes claves.

DEL PROYECTO

El proyecto integral surge con el objeto de realizar un aporte desde la comunicación al estudio de las prácticas de las organizaciones y movimientos sociales, los cuales desde la crisis social, política y económica del 2001 han tenido mayor protagonismo en la construcción de lo público y, en consecuencia, en el accionar político de toda la sociedad. Sin embargo, a pesar de su importante desarrollo y visibilidad, no existe una sistematización de las prácticas de esas organizaciones sociales, ni estudios que permitan establecer de qué manera esas

prácticas, en tanto prácticas comunicacionales, se pueden leer como formas de incidencia y de construcción política. Por tanto, esta investigación se propone aportar en ese sentido hasta el punto de producir, en la medida de las posibilidades, una matriz de análisis para esas prácticas.

Al mismo tiempo la investigación busca establecer de qué manera la acción política, social y comunicativa de las organizaciones sociales e instituciones, incide también en sus propios modos organizativos y transforma estos actores sociales.

De esta manera, el aporte original consistirá en demostrar de qué manera la construcción de fuerzas y capacidades hacia fuera genera sentido hacia el interior de las propias organizaciones, y lograr que desde el proceso de investigación se aporte elementos para el desarrollo de capacidades sociales y habilidades prácticas de las mismas, potenciando la incidencia, participación y acción política de las organizaciones e instituciones de Catamarca. Por tanto, los objetivos del proyecto tienen que ver con conocer los procesos de producción de sentido en las prácticas de diferentes actores sociales con vocación de incidencia, y analizar el desarrollo de estrategias comunicacionales protagonizadas por actores sociales para reconocer la incidencia de estas acciones en todas sus prácticas.

Es por tanto que la línea utilizada es la de la investigación/acción (conocida también como Investigación/intervención, investigación participante o Investigación práctica) por contener elementos de la investigación empírica tradicional, incluyendo en su formulación una *“finalidad política –ideológica. (...) La investigación participante busca la identificación entre objeto y sujeto. La población estudiada es motivada para participar en la investigación como agente activo creando conocimientos o interviniendo en la propia realidad. La investigación, entonces, se torna un instrumento en el sentido que hace posible que la comunidad asuma su propio destino (...) y se caracteriza por el compromiso ideológico, sea de izquierda o de derecha”*. (Dorado, C. y otros)

METODOLOGÍA

TEORÍA Y PRÁCTICA

Desde nuestra mirada toda elaboración teórica refiere a la práctica en un doble sentido. Por una parte, ésta es el resultado de la sistematización de prácticas anteriores según un método analítico, es decir, hacemos teoría cuando revisamos la experiencia propia o de terceros; y desde un método analítico, observamos regularidades y extraemos de allí secuencias y particularidades que se transforman en nuevos criterios interpretativos.

Por otra parte, la teoría nunca se presenta totalmente aislada de una circunstancia práctica que la convoca y le da sentido. Es decir, nunca está desvinculada de una realidad y de la interpelación que ésta suscita en la misma práctica de investigación.

Sostener la práctica como punto de partida, la no disociación entre lo teórico y lo práctico, sumado al no antagonismo entre el analista y su objeto de estudio, implica asumir una perspectiva epistemológica que busca salir de la razón dualista. Creemos que la razón instrumental que inscribe la díada sujeto-objeto, impide comprender la constitución histórico social de las prácticas.

Por tanto, el objeto de estudio es el resultado de una construcción que el investigador realiza apoyado en herramientas teóricas y metodológicas, cuya selección parte de las exigencias particulares de la realidad estudiada. En ese sentido podemos hablar de una mutua determinación entre las prácticas sometidas a estudio y los conceptos y técnicas de las que se sirve el investigador para abordarlas.

Los sujetos poseen, todos ellos, saberes acumulados a través de la experiencia que está siempre determinada por las circunstancias materiales de existencia y las relaciones. Sin embargo, estos saberes carecen de *las ventajas* de la distancia reflexiva y de la regularidad y nitidez del discurso científico, entendido como conocimiento teórico. Por su parte, el conocimiento teórico se encuentra *limitado* en su propósito de estructurar una realidad que es compleja, polisémica y multideterminada.

Esta situación puede constituirse en el fundamento de una interdependencia productiva entre el conocimiento teórico y el saber práctico de los sujetos, puesto que el primero puede introducir reflexividad en la práctica y el segundo desafía a la complejidad.

Conocimiento teórico y conocimiento práctico pueden complementarse productivamente: el conocimiento teórico posibilita la reflexión crítica sobre la práctica y el conocimiento práctico interpela al investigador a una producción compleja que cuestiona, entre otras, la idea de mono causalidad lineal.

La realidad no puede ser vista como algo *estructurado*, objeto cerrado. Por el contrario, es una materia prima *estructurable*, a la cual hay que darle forma, construirla, a partir de la elección de presupuestos teóricos y de los métodos y técnicas más adecuados para acceder a la información que permita responder a las preguntas y demandas que surgen de las prácticas en las organizaciones y en los espacios sociales.

Dado que todo proceso de investigación implica necesariamente una construcción de conocimiento para la acción, para el cambio, la teoría nos permite hacer inteligibles las

prácticas que analizamos, interpretarlas para luego orientar las acciones. Pero a la vez, al confrontar esas conceptualizaciones previas con nuestra intervención actual, estamos generando nuevas conceptualizaciones.

Desde la perspectiva de abordaje que proponemos lo que nos interesa es el hacerse del discurso y su trabajo en el interior de una formación social, afirmando que se produce sentido en todas las instancias del proceso comunicativo.

ENFOQUE METODOLÓGICO Y HERRAMIENTAS

Partimos de la idea de que en el análisis de lo social debemos asumir una actitud de comprensión y no de explicación. Los científicos sociales recrean a partir de los insumos que los grupos sociales aportan en sus prácticas, lo que allí manifiestan como creencias, sentimientos y certezas, en un marco de interpretación, tomando “los textos” en sus diferentes formas que se convierten en objeto de análisis.

De allí que nos propongamos utilizar para el relevamiento de información herramientas tales como historias de vida, porque a través de ellas los sujetos construyen los sentidos de su vida cotidiana y el investigador puede recuperar los sentidos que se ocultan tras la homogeneidad de los datos que habitualmente resultan de la aplicación de técnicas cuantitativas.

Por la misma razón se recurrirá a entrevistas en profundidad.

La observación servirá como herramienta complementaria y necesaria para integrar otros elementos a la mirada compleja y para sumar aspectos no contemplados en el la búsqueda inicial planteada por los investigadores.

Sin este abordaje resulta prácticamente imposible la comprensión de las prácticas o bien se corre el riesgo de distorsiones generadas por una mirada que no tome en cuenta las percepciones, concepciones y evaluaciones de quienes son protagonistas de las prácticas, limitando la mirada al juicio siempre limitado del analista.

Finalmente recurriremos a la construcción de una matriz de análisis que, apoyada en el desarrollo teórico permita la lectura inteligente de las prácticas con la finalidad de verificar de qué manera se da el proceso de constitución de las prácticas sociales hasta ser entendidas como prácticas de comunicación y prácticas políticas. Para ello se procederá a la elaboración de variables e indicadores que servirán como base de la elaboración de la matriz.

MARCO TEÓRICO O ESTADO ACTUAL DEL TEMA

Las prácticas sociales son, desde lo comunicacional, “prácticas de enunciación” que se van construyendo a través de las narraciones, y mediante el desarrollo de habilidades y técnicas expresivas, en un discurso que es entramado de la cultura y fundamento de la historia de vida de una comunidad.

Complementariamente las prácticas sociales son también los no dichos, las estrategias de silencio, las resistencias. Todas ellas, las enunciadas y las que no lo son, se dan en un marco de condiciones de formulación y posibilidad que le confieren encuadres y marcos de referencia. De todo ello se componen las prácticas sociales.

Los sujetos sociales son artífices de tales procesos histórico culturales. Y no por los hechos excepcionales de los que participan, sino fundamental y primariamente por lo que protagonizan en la vida cotidiana. Esos mismos sujetos son relevantes para el análisis de los especialistas y de los investigadores porque en su quehacer cotidiano van conformando una experiencia colectiva, constituyendo la cultura y de esta manera, construyendo la trama de una historia que nos contiene a todos y a todas. Una trama que es en primer lugar objeto de interpretación por parte de los mismos sujetos participantes y, al mismo tiempo y en segunda instancia, por parte de los científicos sociales.

La riqueza de lo real se ubica, inevitablemente, por encima de las categorías que intentan comprenderlas y, muchas veces, encorsetarlas. La ciencia positiva trabaja sobre la base de la verificación de regularidades y la sistematización de las mismas, para obtener conclusiones. Pero más allá de estas, la necesidad de encontrar alternativas hace que el ser humano saltee permanentemente tales barreras haciendo ingresar en el escenario posibilidades laterales de la realidad, nunca antes previstas o imaginadas. La historia humana es una permanente creación imposible de ser aprehendida en su totalidad y de una vez y para siempre.

LAS ACCIONES CONFIGURAN MODOS DE COMUNICACIÓN

La comunicación es un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva. De esta manera podemos decir que la comunicación se define por la acción porque es a través de nuestras acciones que vamos configurando modos de comunicación. Pero, al mismo tiempo, “la comunicación que hacemos de nuestra acción, el lenguaje que utilizamos, constituye el sentido y el contenido de nuestra acción” (URANGA, W. 2006:40).

Definir la comunicación desde esta perspectiva se ubica en la línea de pensamiento latinoamericano de los investigadores de la comunicación que apunta a trascender el aspecto

estrictamente técnico y del desarrollo de habilidades, tanto de las interacciones como de los medios, para ubicarlo sobre todo en el espacio de las relaciones entre sujetos, enmarcados en contextos sociales y culturales.

Se entiende la comunicación como interacción social. Mediante la comunicación se construye una trama de sentidos que involucra a todos los actores, sujetos individuales y colectivos, en un proceso de construcción también colectivo que va generando claves de lectura comunes, sentidos que configuran modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura. Estas claves de lectura son llaves que contribuyen a la interpretación común y por lo tanto hacen posible acciones concertadas en las prácticas, encuentran puntos de coincidencia con lo que algunos autores reconocen como “valores sociales” y otros, más volcados a lo comunicacional, designan como “percepciones comunes en los públicos”. En todo caso, lo importante es tener en cuenta que en este sentido la comunicación es soporte de la relación productiva, fundamento de la institucionalidad y de la ciudadanía, base de los dinamismos sociales a partir de los procesos interactivos que dinamizan los imaginarios y las acciones de los sujetos.

La comunicación es constitutiva de la sociedad y por lo tanto el análisis de las prácticas sociales demanda, en el marco de la complejidad, una mirada desde la comunicación. Esto dicho siempre desde la perspectiva del análisis complejo que reconoce que toda producción de conocimiento requiere de saberes concurrentes y complementarios en el marco de la transdisciplina.

Las prácticas comunicativas en la sociedad son muchas y muy diversas. No existe un modelo dentro del cual se las pueda encasillar, porque responden a la esencia misma del ser humano como sujeto libre, de condición humana compleja y esencialmente social. Tales prácticas se recrean por los hábitos propios de la cultura, que van generando nuevas ritualidades, por el desarrollo de técnicas y tecnologías de comunicación, y por el entrelazamiento y la interacción de ambos campos en el ámbito de la vida cotidiana de las personas.

Las prácticas sociales implican procesos de significación y producción de sentido. Los sujetos se constituyen ellos mismos en el espacio discursivo. Esta perspectiva permite considerar que “toda producción de sentido, en efecto tiene una manifestación material” y que “partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material (texto lingüístico, imagen, producción sonora, sistema cuyo soporte es el cuerpo, etc.) que son fragmentos de semiosis. Cualquiera que sea el soporte material, lo que llamamos un discurso o un conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio temporal de sentido”

(VERON, E. y SIGAL, S. 1986: 126, 127).

La circulación de ese sentido no es lineal. Estamos proponiendo desarrollar una perspectiva que incluya en el análisis a todos los sujetos participantes en el proceso en tanto productores de sentido.

PRÁCTICAS SOCIALES, COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Las prácticas sociales pueden ser leídas como prácticas de comunicación. Nuestro acceso a la cultura y a las culturas se produce precisamente a través de una red constituida por los fenómenos discursivos que se manifiestan en las prácticas sociales. Esto es lo que nos permite, constituir a estas prácticas en objeto de nuestro análisis.

Pensar los procesos comunicacionales exige inserción en marcos histórico-culturales y políticos. Supone asumir que lo comunicacional no es autónomo de la lucha política por el cambio y que todos los actores son partícipes del proceso, tanto en lo político cultural como en lo comunicacional estrictamente hablando. Sostenemos que no es posible concebir estrategias de comunicación aisladas o esterilizadas de lo político. La comunicación para el cambio social es una tarea que involucra y compete a los actores, sujetos individuales y colectivos, al ámbito concreto en que estos se desempeñan y al contexto en que el propio ámbito y los actores se encuentran insertos.

Allí, en tanto y en cuanto sistema y trama de relaciones comunicacionales, se constituye el campo de acción del comunicador.

COMUNICACIÓN Y PODER

En la base de esta perspectiva de la comunicación se encuentra la concepción de *hegemonía* desarrollada por el filósofo marxista Antonio Gramsci y retomada por los estudios culturales británicos. Se propone analizar las “formaciones sociales” tomando en cuenta la capacidad que determinado grupo social adquiere para ejercer la dirección simbólica, moral o intelectual en la sociedad y para generar nuevas alianzas en torno a un proyecto.

En este análisis se incluyen las relaciones de poder existentes en la formación social pero considerando las negociaciones, alianzas, conflictos y mediaciones que participan en la construcción de los sentidos compartidos socialmente.

La actualización de los sentidos no se hace en un terreno virgen. Los sujetos van configurando a lo largo de su experiencia en la sociedad el campo de efectos posibles, determinados sentidos que cuentan con una mayor disposición a ser escuchados, leídos, percibidos. En este

proceso confluyen el sistema educativo, la familia, los medios masivos de comunicación y otras instancias de mediación. Es evidente que en ese marco las clases hegemónicas cuentan con mayores posibilidades de influir sobre la producción discursiva y por tanto de ir configurando el campo en función de sus intereses.

LO PÚBLICO

Lo público, entendido como aquello atinente al conjunto de las personas, es responsabilidad y preocupación de todos los ciudadanos y ciudadanas. Según J. Habermas la “esfera pública” se define a partir de un conjunto de personas privadas que se reúnen para debatir sobre los asuntos públicos. A ello habría que agregar que “lo común” es resultado de la construcción colectiva, se forja en el ámbito de lo público.

Con mucha facilidad se ha caído en el reduccionismo que limita lo público a lo estatal como si el Estado sintetizara por sí solo todos los intereses, las atribuciones y la capacidad de acción de los actores múltiples y diversos que se mueven en la sociedad.

El Estado es parte esencial de lo público pero no lo agota. Lo público tiene que ver con todo aquello que es atinente a los asuntos de interés común, no importa cuáles sean los actores que se preocupen e interesen. Lo público se relaciona con el bien común de todos y todas aquellos que conforman una sociedad. Por esta misma razón, la construcción de lo público es una responsabilidad multisectorial (Estado y Sociedad Civil) y multiactoral. Los diversos actores constituyen mediante su acción una esfera pública atravesada por prácticas comunicacionales. En consecuencia, sin estrategias y propuestas de comunicación que, desde la diversidad de actores y reconociendo las diferencias de cada realidad, aporten a la construcción, al empoderamiento de las personas/ciudadanos, se hace dificultoso pensar en la construcción de nuevas alternativas en función del cambio.

Queremos probar a lo largo de este proceso de investigación que las prácticas sociales y, en particular las prácticas de comunicación configuran modos políticos de ser y actuar.

Lo anterior exige pasar de una mirada que supera lo privado para hacerse cargo de lo social y de lo público como tarea colectiva.

Desde nuestra mirada de comunicadores queremos apuntar a otros tipos de participación y de ejercicio ciudadano que se debaten y se construyen en el espacio público y que requieren estrategias y propuestas de comunicación (ALFARO, R. 1999) En esta línea incorporamos a nuestra investigación el análisis del periodismo participativo con la integración de tecnología, recursos y nuevas habilidades que derivan del desarrollo digital.

PARTICIPACIÓN, POLITICA Y ORGANIZACIONES SOCIALES

Como lo expresábamos anteriormente, la crisis social y política que vivió la Argentina en el 2001 modificó el escenario y permitió que comiencen a surgir nuevos modos de participación y de construcción colectiva. Esto supone otros modos de liderazgo, otras maneras de articulación entre los actores y una forma distinta de construcción de acuerdos, consensos y cursos de acción. Nos referimos también a nuevos sujetos y a nuevos modos de hacer política. Todo lo anterior está basado en el reconocimiento de la alteridad, del otro como diferente. En efecto, la realidad habla de fragmentación, de individualismo y de egoísmo a ultranza, de falta de confianza y credibilidad, dispersión de intereses, objetivos e iniciativas, al mismo tiempo que se coloca en tela de juicio una determinada forma de democracia y representación política, que ya no asegura la justicia, la dignidad de hombres y mujeres y la calidad de vida como base de la ciudadanía.

Así, en la escena nacional, aparecen nuevos actores que levantan sus banderas y hacen oír reclamos diferentes: caceroleros, piqueteros, asambleas barriales, organizaciones sociales y nuevos pobres: desocupados, devaluados educativos, con menores ingresos y bienestar, vulnerables a la pobreza y que transitan la vida con dificultades para proyectarse. Al mismo tiempo, en el plano simbólico asisten al deterioro del prestigio de su clase.

Expresiones diversas, juntas pero no revueltas, significativas por la apropiación de otros espacios de representación y poder, pero que aún hablan de múltiples identidades, grupos de pertenencia, intereses particulares, que terminan siendo lógicas fragmentadas funcionales al sistema porque no han podido aún pensarse y reconstruirse en un *nosotros colectivo*. No obstante, estos nuevos modos de participación están basados también en el reconocimiento de la existencia de un “capital social” no reducido exclusivamente a una dimensión económica sino entendido como “el conjunto de vínculos, contactos, redes de interacciones que generan un ambiente de confianza que facilitan la coordinación y la cooperación para el beneficio mutuo” (MEALLA, E. en Grupo Gerardo Farrell, 2003:33). Nuevos modos de participación, nuevos sujetos, el reconocimiento del capital social como un dato fundamental para el proceso de construcción, permiten la emergencia de nuevas formas de hacer política, vinculadas a nuevas subjetividades, a otra agenda y diferentes maneras de entender la interlocución. Así lo público se resignifica y la esfera pública se transforma en el espacio de una construcción que es a la vez económica, social y cultural.

Si admitimos que el futuro sólo es construido por los actores sociales, es decir, no el hombre individual sino el hombre colectivo, definimos que “actores sociales son grupos humanos que se unen para defender sus intereses y que obran utilizando el grado de poder que cada uno puede ejercer” (MOJICA, F. 2005:114). Lo anterior nos habilita, al mismo tiempo, a preguntarnos acerca de los modos de construcción de sentido político que emergen de las prácticas sociales a través de la comunicación.

Pero al mismo tiempo hay que tomar en cuenta que la organización social no se construye de manera espontánea. Es necesario trabajar en función de ella y corresponde a los actores sociales generar las condiciones para que emerja el liderazgo y se consolide la participación. Ello exige desarrollar capacidades y hacer nuevas búsquedas, también desde el ámbito de la comunicación, para consolidar tales posibilidades.

RED DE ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA “COOPERACIÓN Y TRABAJO”

Como decíamos anteriormente, el trabajo de investigación/acción está en desarrollo y actualmente se encuentra en su etapa diagnóstica y de definición de propuestas de intervención. Por tanto las conclusiones que presentaremos corresponden a esta instancia del proceso de investigación.

DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

La Red de Economía Social y Solidaria “Cooperación y Trabajo” (Red CyT) es una organización de segundo grado, integrada por diferentes organizaciones socioeconómicas que van desde grupos de base, hasta cooperativas de trabajo y agroganaderas, pasando por centros vecinales, sociedades de fomento, ONGs. de Desarrollo, y clubes barriales. La misma, si bien hoy cuenta con más de 20 organizaciones, se constituyó el 23 de octubre del 2007 como única alternativa que se dieron tres organizaciones para no perder la posibilidad de acceder a fondos de financiamiento y seguir llevando adelante actividades de microcrédito. En su momento las organizaciones motorizadoras fueron la Asociación Civil Bienaventurados los Pobres, la Escuela de Ciudadanía “La Batea” y la Asociación Civil de Campesinos del Abahucán (ACAMPA), a las que posteriormente se sumaron el Grupo de Mujeres Rurales de Colonia del Valle y la Feria Franca Ashpaypa Makis. Actualmente la actividad más importante que desarrolla la Red se encuentra vinculada a la administración de más de \$550.000.- en Fondos Semilla para fondear las operatorias de Microcrédito en el marco del PROGRAMA “BANCO POPULAR DE LA BUENA FE” – CONAMI (Ministerio de Desarrollo Social de Nación).

A partir de esta actividad la Red CyT es miembro de la Red NOA del Banco Popular de la Buena Fe, formada por Redes de organizaciones de las provincias de La Rioja, Tucumán, Santiago del Estero, Catamarca, Jujuy, y los “Gauchos de Güemes” de la provincia de Salta. Hasta aquí hemos presentado lo que a nivel formal y en los documentos de la organización aparece como la definición de la Red C y T. Ahora bien, a partir de un diagnóstico participativo elaborado conjuntamente con los integrantes de la organización hemos podido reconocer algunos problemas de fondo que hacen al funcionamiento de la organización, la identidad, la comunicación interna y la participación, lo cual por supuesto se traslada y refleja en la incidencia de la organización en el espacio público.

LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En primer lugar entendemos que a través de la estructura organizacional se plasma el proyecto político-institucional, el organigrama, los objetivos, la misión y visión, los valores, las acciones concretas, los proyectos a futuro, las actividades y recursos de una organización. Asimismo, involucra la cultura organizacional que se va construyendo en el marco de la vida cotidiana y la mirada política e ideológica que motoriza a trabajar colectivamente para llevar adelante determinadas acciones en las comunidades.

Por tanto, la estructura organizacional define el sentido, el espíritu, la misión y visión de la organización y para ello es necesario que todos quienes la integran compartan su *razón de ser*. En el caso de la Red C y T se presenta una realidad muy particular que hace que esta *razón de ser* sea confusa o ambigua para quienes integran la organización.

De acuerdo al Estatuto de conformación de la Red, su visión política tiene una fuerte proyección e intención de incidencia en el espacio público, la cual está relacionada con la construcción de una Economía Social y Solidaria,- entendiendo por ella una economía contraria a la capitalista-, cuya esencia es inclusiva, que produzca nuevas formas de relacionarse entre las personas, que esté centrada en el trabajo y no en el capital y que por medio del trabajo permita una vida digna para todas y todos; que establezca reglas de juego construidas participativamente; que cuide los recursos naturales como recursos para la vida de cada persona, y la vida de cada comunidad y las generaciones futuras.

Si bien el nombre de la organización (Red de Economía Social y Solidaria) da cuenta de un objetivo político de incidencia en políticas públicas, se ha podido observar que sus prácticas solo se relacionan a la ejecución del programa de Microcrédito del Banco Popular de la Buena Fe.

En este sentido consideramos la *identidad* de la organización como uno de los aspectos más importantes a considerar a la hora de definir acciones de intervención para la promoción de acciones que tiendan al logro de la incidencia de la organización en las políticas públicas en la provincia de Catamarca. Esto se debe a que, *quienes somos*, no solo define el *quienes no somos*, desde la alteridad, sino que define el *hacia dónde vamos*, nuestra misión y visión.

Al respecto, podemos decir que el diagnóstico participativo dio cuenta de que no existe una identidad compartida de lo que es la Red CyT, y que la estructura necesaria para constituirse como organización y gestionar, y desde la cual dialogar y accionar no es clara.

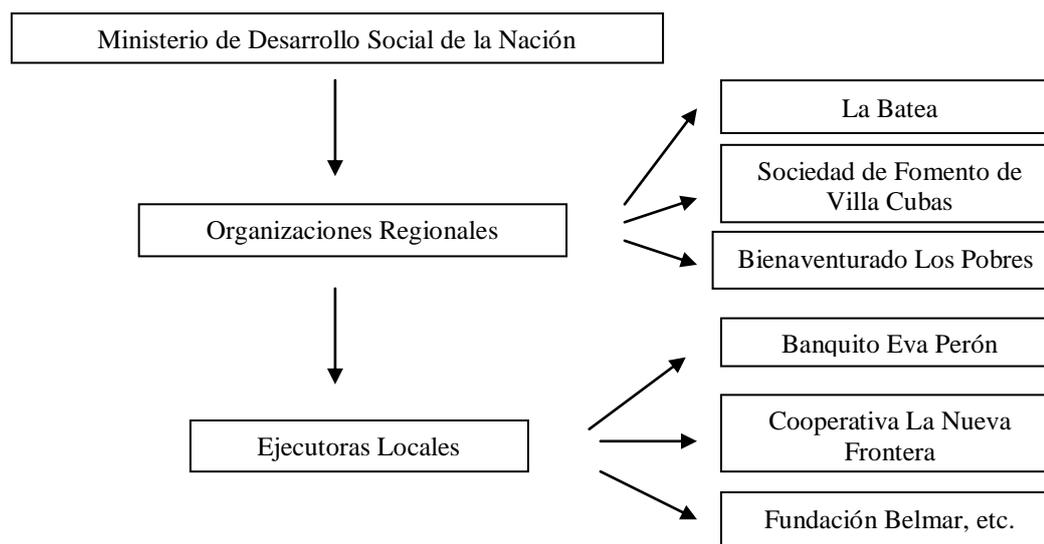
Como muestra de ello nos parece interesante presentar a continuación los dos organigramas que en el marco de un taller de diagnóstico participativo, presentaron los integrantes de la organización como los que rigen el funcionamiento de la Red.

ORGANIGRAMA

Por un lado, algunos de los integrantes de la Red definieron como estructura orgánica de funcionamiento la correspondiente al Programa de los Bancos Populares de la Buena Fe, el cual se compone de la siguiente manera:

Tres organizaciones que forman parte de la Red se constituyen en **Organizaciones Regionales** cuya función es la de administrar los recursos que envía el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación (CONAMI).

Cada una de estas organizaciones transfiere estos fondos a las denominadas **Organizaciones Ejecutoras Locales**, entidades que deben cumplir ciertas condiciones (sobre todo legales) que les permita convertirse en Banquitos Populares de la Buena Fe. Estas a su vez cuentan con su grupo de **Prestatarios** a quienes otorgan los microcréditos debiendo rendir cuenta de ello a su regional correspondiente (ver gráfico 1)



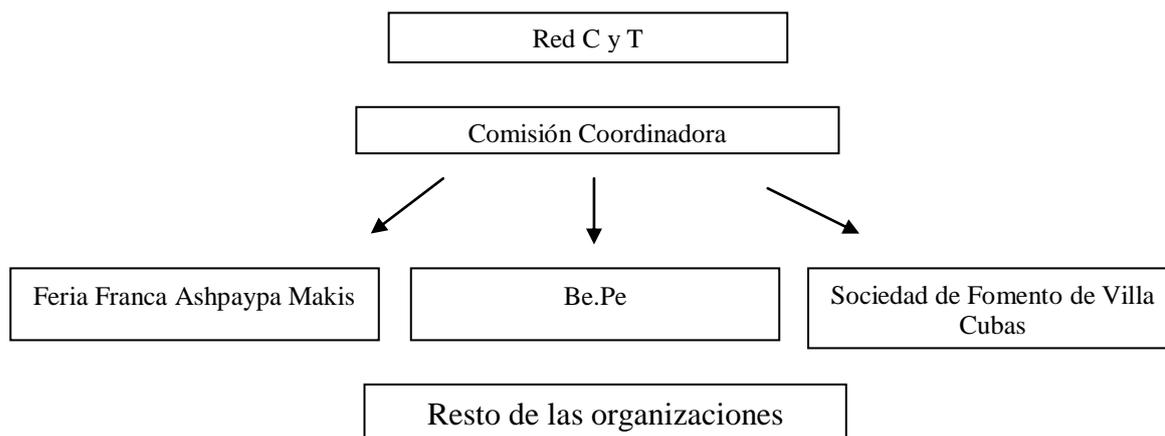
(Gráfico 1)

Por otro lado presentaron una estructura diferente de funcionamiento, la cual está compuesta por tres **Coordinaciones**, las cuales tienen vigencia de 3 años con la característica de que todos los años se renueva la representación en una de ellas.

Esta representación es personal y organizacional, es decir que se ejerce por una persona particularmente elegida y de una determinada organización.

Actualmente esta estructura está compuesta por la Feria Franca Ashpaypa Makis (Manos de Mi Tierra), la Asociación Civil Bienaventurados los Pobres (Be. Pe.) y la Sociedad de Fomento de Villa Cubas a través de las personas que han sido elegidas para representarlas (ver gráfico 2).

Puesto que se trata de una organización que nuclea organizaciones de toda la provincia, en algún momento se propuso armar una estructura de delegaciones en diferentes departamentos (Tinogasta, Belén, Santa María, Santa Rosa y Gran Catamarca), para que existiera una mayor representación, pero esta iniciativa no pudo concretarse hasta la fecha.



(gráfico 2)

A partir de esto se observa que la estructura no es reconocida de la misma manera por todos los integrantes de la Red.

Entonces, ¿a partir de cuál de las dos estructuras, la Red se relaciona con otros actores?

Solo con la intención de reconocer analíticamente algunas variables, se presentan a continuación, consideraciones que a nuestro entender constituyen los ejes centrales del diagnóstico. Esto no implica que los mismos no se den de manera simultánea, ya que están estrechamente relacionados.

IDENTIDAD

Consideramos que en el caso de la Red C y T, la identidad es uno de los ejes más importantes para analizar, ya que la esencia de la organización es confusa.

Tal como lo expresan los dos organigramas que veíamos anteriormente, los integrantes de la Red no tienen conocimiento de los objetivos, la misión y visión, puesto que se confunde la ejecución del programa de banquitos con la intención de incidir en políticas públicas desde la Economía Social. Algunos integrantes expresaron: -“*Nuestro objetivo, creemos que es la promoción de los banquitos, pero nunca se habló de eso*”, -“*Hoy nos encontramos participando en espacios de otros niveles en los que definen otros*”.

Esto se debe a que el banquito es la única actividad que los convoca, es decir, no tienen otro vínculo que no sea a través de los banquitos, sumado a que, después de su conformación la Red no se ha dado la discusión sobre *quiénes somos y qué buscamos con este espacio*.

De la misma manera, en el seno de la organización no se ha discutido, ni se sabe, si todas las organizaciones que forman parte de la Red comparten o adhieren a la mirada político-ideológica de la Economía Social, debate que debiera darse primero en el interior de cada organización. Por lo cual expresaron: -“*La Red es un todo integrado por partes, las partes conservan sus singularidades, cada uno aporta desde su singularidad, no hay un lenguaje común*”.

A esta complejidad que deviene de las diferentes identidades y condiciones inherentes a cada una de las organizaciones que forman parte de la Red, se suma a la falta de claridad en la manera en que se van incorporando otras organizaciones. De acuerdo a lo dicho por los integrantes pareciera que se da por hecho la incorporación de las organizaciones que se suman al Programa de Banquitos, haciéndolas participes de la actividad de exposición pública más importante que corresponde a la Fiesta Nacional e Internacional del Poncho a través de la Carpa “Achalay Poncho para Todos”¹.

Como resultado ninguno de los integrantes puede a ciencia cierta definir la cantidad de organizaciones que conforman la Red, y reconocen que hasta ahora no se han dado la

¹ La Carpa “Achalay Poncho para Todos” es un espacio material y simbólico. Material, porque el mismo es el espacio de exposición y venta de la producción de artesanos, productores y emprendedores de toda la provincia que se encuentra en su mayoría nucleados en organizaciones de la Economía Social. Simbólico porque la misma tiene la particularidad de ser el resultado de instancias de participación democrática (mediante asamblea y trabajo de comisiones integrada por representantes de cada organización) en la que las diferentes organizaciones discuten y deciden las condiciones para participar, la organización antes, durante y después del Poncho, el diseño de la Carpa, los precios y calidad de los productos, las condiciones de venta, etc.

discusión de quienes y en qué condiciones se ingresa y si todas aquellas que se incorporan a los banquitos también forman parte de la Red².

COMUNICACIÓN INTERNA

Si entendemos que “las organizaciones se constituyen doblemente: en las relaciones de sus integrantes y en la red de relaciones que teje en lo social”³, uno de los desafíos que se reconoce desde la organización, es la necesidad de trabajar la comunicación *hacia adentro*, puesto que la relación entre los integrantes se circunscribe a las tres o cuatro reuniones que realizan al año en el marco de los requerimientos de la ejecución del programa Bancos Populares de la Buena Fe y las correspondientes a los preparativos de la Fiesta Nacional e Internacional del Poncho, manifestando: -“*No hay hábito de comunicación. Sólo en ocasiones puntuales nos comunicamos*”, -“*No hablamos nunca de los problemas de comunicación y no tenemos interrelacionamiento profundo*”.

Esta revisión sobre el interior de su organización y sus prácticas trajeron a colación estas apreciaciones:

- “*No existe una fluidez en la comunicación, la misma no es permanente, es superficial*”.
- “*No hay un hábito de comunicación*”.
- “*El lenguaje de la Red no existe*”.
- “*La gente se priva de estar informada y por lo tanto se pierde la organización*”.
- “*Existe un paradigma individualista y de la no comunicación. El nuevo paradigma de abajo hacia arriba y de adentro hacia fuera, no se pone en práctica*”.
- “*Hay desconocimiento de las actividades, no hay una divulgación pareja para todos*”.

Asimismo, se reconoce por debilidad de comunicación interna y externa, la escases de mails y la no circulación de la información sobre capacitaciones.

Todas estas expresiones demuestran que todos los integrantes de la Red C y T entienden a la comunicación en tanto circulación de la información sobre lo que ocurre en el marco de ella.

Los problemas de comunicación que se hicieron visibles, son prácticas que cada una de las organizaciones tiene hacia adentro y que se traslada al espacio multiactoral complejizándose aún más esta problemática. Es así que respecto a esto dijeron: -“*Nuestra debilidad es la*

² Cabe destacar que con el surgimiento de la organización se diseñó un estatuto pero nunca se formalizó.

³ URANGA Washington y VARGAS Teresita, Estrategias de comunicación para la incidencia. Taller de comunicación en y de las organizaciones Red de Economía Social y Solidaria “Cooperación y Trabajo” (Red C y T), Catamarca, Febrero, 2011.

debilidad interna de cada organización, y eso se traduce a su vez en toda la red”, - “La red es un todo, cada una de las partes cuenta con su propia identidad que puede estar fortalecida lo que no implica que la red esté fortalecida”.

Otra de las dificultades de la organización es la distancia geográfica de algunos de sus integrantes. Ocho de las mismas se radican en comunidades que se encuentran en zonas distantes a la Capital. Esto constituye un inconveniente a la hora de pensar ciertas actividades: costo del traslado, frecuencia del transporte, escasas de posibilidades para acceder a medios de comunicación de manera frecuente, entre otras.

En este sentido reconocieron que esta situación que hace a la organización interna de la Red ha provocado que haya integrantes que no se conocen entre sí y por tanto resulta difícil reconocer al *otro a quien no conozco*⁴.

Por lo tanto la organización debe decidir cuáles son los objetivos de las relaciones que se entablan, cuál es la información que se quiere dar a conocer y cuáles son las orientaciones y acciones en materia de comunicación para mejorar el resultado global. En el plano de las interrelaciones, es preciso consolidar, apoyar y crear las condiciones grupales necesarias al proyecto global de la organización. En el plano de las tecnologías de comunicación, la organización necesita desarrollar una estrategia específica.

Todo lo antes expuesto repercute directamente en la forma en que, como organización, se comunican las acciones hacia afuera.

PARTICIPACIÓN

El diagnóstico da cuenta de diferentes criterios para medir la participación y qué implica participar. Para algunos la participación pasa por *ser miembro de* la Red en función del Programa de los Banquitos Populares de la Buena Fe, convirtiéndose en una necesidad funcional: - “*Si no hay un beneficio cuantitativo, no hay participación*”.

Para otros la participación pasa por la asistencia a las reuniones, de lo cual depende o no *el compromiso* de los integrantes. La pregunta sería ¿compromiso con qué o con quién? si en realidad no está claro el *hacia dónde vamos*.

Asimismo surge del diagnóstico que los integrantes reconocen que no han logrado apropiarse de la organización, lo que nos permite seguir fundamentando la falta de una identidad

⁴⁴ Vale decir en este punto que la concreción de la propuesta de las delegaciones, sería una alternativa que podría resolver gran parte del problema.

compartida, un estar juntos y reconocerse cómo *parte de*, tal como se manifiesta: -“*No hay una apropiación de la red. No se ha realizado una reunión con todos los integrantes*”, -“*La participación, debe ser desde adentro hacia dentro mismo y desde adentro hacia fuera*”

Surge del diagnóstico que cada uno tiene una representación de la organización en la que está inserto, y está relacionado al lugar que ocupa en la organización, la manera de entenderla y vivirla. Cada uno tiene una idea o concepto de comunicación que se traduce en prácticas concretas y que redefine el propio concepto. Estas ideas se ponen en juego a la hora de pensar los planes, programas, proyectos de la organización y de comunicación.

INCIDENCIA POLÍTICA

Los integrantes de la Red reconocen que en el espacio público no tiene presencia como tal y por tanto muchos no conocen de su existencia “*No nos organizamos para que todos se enteren*”

Las acciones de *exposición* de la organización no son sistemáticas y no parecieran tenerse como parte de las prioridades o la agenda. Carecen por lo tanto de la realización de acciones políticas de la ciudadanía organizada, dirigidas a influir en aquellos que toman decisiones políticas, con la finalidad de lograr cambios específicos en el ámbito público que beneficien al sector de la economía social.

Y una de las falencias que nos parece necesario considerar en el momento de hacer una propuesta de intervención es que la organización no tiene definido que condiciones debe cumplir una organización para ingresar a la Red, ni a quién dirigirse para hacerlo: “*No hay a quién consultar para incorporarse a la Red, ni está establecido como hacerlo*”.

A partir de lo expuesto por los integrantes de la organización, surge el interrogante por parte de uno de ellos: “*¿Si desaparece el Banco Popular de la Buena Fe, seguimos como Red*”

Creemos que una reflexión que podría sintetizar la situación de la organización es la siguiente: -“*Hay problema con la participación, por eso también no se habla de la falta de organización y comunicación. Falta participación, comunicación y organización.*”

OTROS PROBLEMAS

Como en la mayoría de las organizaciones, una de las problemáticas más reconocida por los integrantes de la Red es la falta de recursos económicos propios, tanto dentro de cada organización en particular como de el espacio multiactoral. A raíz de esto las organizaciones

regionales son las que generalmente usan fondos propios para correr con los gastos de algunas actividades.

Esto es uno de los aspectos que nos permite observar que hace falta un proyecto común que los convoque más allá del banquito. Nos referimos a un proyecto político de incidencia, pues como decíamos anteriormente solo un sector expresa esta visión de la organización: -*“Hay una falta de proyecto de la red en el cual trabajar. Las vinculaciones tienen que ver más con una cuestión funcional más que con una actividad propia”*.

ALGUNAS CONSIDERACIONES/ CONCLUSIONES PARCIALES

Ya que el proyecto busca fortalecer las organizaciones para reforzar la identidad y su incidencia en el espacio público y en los espacios de toma de decisiones, presentamos algunas consideraciones:

1) La consolidación de una identidad colectiva organizacional depende fundamentalmente de que todos quienes la componen conozcan, adhieran y se apropien de su espíritu, es decir, que exista sentir común de *quiénes somos, para que nos organizamos, hacia dónde vamos, cuál es nuestro alcance, qué objetivos perseguimos, etc.*

En el caso de la Red de Economía Social Cooperación y Trabajo, es necesario que se trabaje en la misión y visión de la organización y que esta discusión pueda darse en el interior de cada una de las organizaciones que la componen.

Asimismo se debe definir los criterios mediante los cuales se incorporan nuevas organizaciones a la Red puesto que de ello también depende el compromiso de todos quienes forman parte de ella para con los objetivos de incidencia que se proponen en el espacio público.

Trabajando este aspecto se podrá definir bajo cual de las estructuras presentadas se organizará la Red en lo interno, proyectándose en lo externo en su relación/vinculación con otros actores sociales, puesto que las interacciones que se producen en su interior impactan en el modo en que dialoga con el entorno.

En este sentido, no se podría hablar específicamente de una *comunicación interna* y una *comunicación externa* sino de dos caras de una misma moneda y en tanto, las organizaciones se constituyen doblemente: en las relaciones con sus integrantes y en la red de relaciones que teje con lo social.

2) Asimismo se considera fundamental “discutir una imagen de futuro que permita a la organización ver cómo incidir”⁵, surgida esta necesidad de comentarios tales como: -“La comunicación es un reflejo de otros problemas de la organización”, -“Las causas no son comunicacionales, sino que están atravesadas por la comunicación”.

BIBLIOGRAFÍA

- ALFARO, Rosa María; “Repensar la política y la comunicación. Trances y apremios para construir ciudadanía”, en *Construyendo ciudadanía*, WACC América Latina, Lima, 1999
- MEALLA, Eloy, “Las organizaciones sociales: continuidades y novedades”, en GRUPO GERARDO FARELL, *Crisis y reconstrucción. Aportes desde el pensamiento social de la Iglesia. Dimensión social y ético-cultural*. San Pablo, Buenos Aires, 2003, ISBN 978-950-861-670-8.
- MOJICA, Francisco, *La construcción del futuro. Concepto y modelo de prospectiva estratégica, territorial y tecnológica*. Convenio Andrés Bello-Univ. Externado de Colombia, Bogotá, 2005, ISBN 958-616-929-4.
- URANGA, Washington, *El cambio social como acción transformadora*, en ENZ, Angélica y otras (editoras), *Comunicar para el cambio social*, Comunia-La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2006, ISBN 987-601-017-4.
- URANGA Washington y VARGAS Teresita, Estrategias de comunicación para la incidencia Taller de comunicación en y de las organizaciones Red de Economía Social y Solidaria “Cooperación y Trabajo” (Red C y T), Catamarca, Febrero, 2011.
- VERON, Eliseo y SIGAL, S. *Perón o muerte, los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Buenos Aires, Legasa, 1986, ISBN 978-950-23-1269-9.

⁵ URANGA Washington y VARGAS Teresita, Estrategias de comunicación para la incidencia. Taller de comunicación en y de las organizaciones Red de Economía Social y Solidaria “Cooperación y Trabajo” (Red C y T), Catamarca, Febrero, 2011.