



Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Ellas hacen feria

proyecto de producción y comercialización para el desarrollo
socio-económico y el fortalecimiento identitario de las
cooperativas "Ellas Hacen" de El Dorado, Misiones

Año
2017

Autor
Guevara, Romina

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

Guevara, R. (2017). *Ellas hacen feria*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

ELLAS HACEN FERIA: proyecto de producción y comercialización para el desarrollo socio-económico y el fortalecimiento identitario de las cooperativas “Ellas Hacen de Eldorado, Misiones

Autora: Lic. Guevara, Romina. (romaguevi87@gmail.com). Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales –UNAM.

RESUMEN

El Programa de Ingreso Social con Trabajo “Ellas Hacen” se implementó en la ciudad de Eldorado (Misiones) a partir del año 2013, como segunda etapa de desarrollo regional que incluía al NEA. Actualmente son 20 las cooperativas, con alrededor de 40 jefas de hogar cada una, que integran el plan del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación. Sin embargo, un nuevo contexto político-económico, sumado al difícil proceso de consolidación de las mismas como unidades productivas autogestivas, debilitan las reales posibilidades de acceder a un trabajo digno, competitivo y reconocido por la sociedad que actualmente las (des)contiene. A la continua comercialización de productos importados de Paraguay y Brasil a bajos precios, a los monopolios agro- industriales de la región, a la ausencia de políticas estatales dirigidas al fortalecimiento del sector de la Economía Popular y al enfriamiento del presupuesto nacional para el programa, se le suman las particularidades de sus titulares: jefas de hogar de familias numerosas, bajos niveles de alfabetización, situaciones de violencia en el hogar, y un imaginario social estigmatizante y discriminatorio.

Ellas hacen, y continúan haciendo colectivamente grandes esfuerzos por encontrarse, organizar y repensar actividades productivas, capacitándose y demandando herramientas para alcanzar la autogestión del grupo, el empoderamiento personal y el sustento económico de sus familias.

La actual presentación se propone por tanto sistematizar la realización de una feria de la economía popular que, acompañada de un plan de comunicación integral, logre incluir en la agenda pública de los medios locales el trabajo de las cooperativas y sus potencialidades, a la vez que fortalecer su identidad como mujeres trabajadoras del sector, disputando los sentidos de una sociedad que continuamente las margina y discrimina.

ABSTRACT

The "Ellas Hacen" Social Work Program was implemented in the city of Eldorado (Misiones) since 2013, as the second stage of regional development that included the NEA. At the moment there are 20 cooperatives, with around 40 women each one, that integrate the plan of the Ministry of Social Development of the Nation. However, a new political-economic context, coupled with the difficult process of consolidating them as self-managed productive units, undermine the real possibilities of accessing decent, competitive and recognized work by the society that currently contains them. The continued commercialization of products imported from Paraguay and Brazil at low prices, agro-industrial monopolies in the region, the absence of state policies aimed at strengthening the Popular Economy sector and the cooling of the national budget for the program, The main features of their headlines are: household heads of large families, low levels of literacy, situations of domestic violence, and a stigmatizing and discriminatory social imaginary.

They do, and continue to collectively make great efforts to find, organize and rethink productive activities, training and demanding tools to achieve group self-management, personal empowerment and the economic sustenance of their families. The present presentation therefore aims to develop a comprehensive communication plan for the development of a fair of the popular economy that manages to include in the public agenda of the local media the work of the cooperatives and their potentialities, while strengthening their identity As women workers in the sector, disputing the senses of a society that continually marginalizes and discriminates against them.

1. EL SECTOR: el desarrollo de la experiencias de la Economía Popular hacia un sistema de Economía Social y Solidaria

Los diferentes procesos político-económicos que agudizaron las condiciones de empobrecimiento de la población argentina en las últimas décadas, llevaron a la emergencia de nuevas formas de organización económica alternativas. Su fin principal consiste en generar diversos medios de sustento económico, y puestos de trabajo que, fuera del sistema formal en relación de dependencia, permiten en alguna medida hacer frente a la crisis laboral a través de la autogestión.

Lo que se conoce en primera medida como el sector de la Economía Social y Solidaria se ha configurado, a través de la gestión colectiva de los trabajadores, de diferentes maneras: *“Micro-emprendimientos asociativos, trabajadores o usuarios auto-gestionados, empresas recuperadas, comercio justo, microcrédito, redes de abastecimiento o comercialización, etc.”* (Coraggio, José L.; 2013; 1)

El fenómeno de estas nuevas relaciones es complejo e incluye un sinnúmero de prácticas económicas que, más allá de las conformaciones que comúnmente se asocian al sistema de la Economía Social y Solidaria, nos obliga a expandir el campo de estudio de las diferentes experiencias actuales, inscribiéndolas como una serie de alternativas al sistema capitalista predominante. Desafía además, las categorías conceptuales elaboradas para su abordaje, a la vez que demandan nuevas perspectivas y propuestas que aboguen por su fortalecimiento y expansión desde un trabajo interdisciplinario y una perspectiva integral de las mismas. En este sentido, Coraggio plantea el interrogante de qué es y qué abarca la Economía Social y Solidaria, y cuál es el lugar que ocupa la Economía Popular en dicho sistema.

Definir, entonces la Economía Popular, o bien Economía Popular Solidaria, (Coraggio) no es tarea fácil, y no debe ser dissociada de la noción de ESS ya que se constituye como el inicio hacia, y un eslabón fundamental en el proceso de organización colectiva y solidaria del trabajo, que en consecuencia podría alcanzar la conformación de unidades económicas de mayor escala.

“En su alcance más amplio, la EP es la economía de los trabajadores, sus familias y comunidades primarias (...) su lógica no es la de la acumulación sin límites sino la de obtención de medios para la reproducción de sus vidas en las mejores condiciones posibles. Esto se diferencia en varios aspectos de la caracterización basada en la comparación con el sector “formal” orientada por el tipo ideal de las empresas capitalistas (centrada en las actividades mercantiles de la EP, y caracterizándolas como empresas ineficientes)...” (Coraggio, José L.; 2013; 28)

Como lo establece el autor, a las características propias que poseen los trabajadores del sector -en la mayoría de los casos por la individualización de su oficio o por la organización a baja escala- se le suman las diferencias comparadas con el sector formal y las tradicionales relaciones de dependencia laborales. Se identifican la profunda precarización laboral, la ausencia de una regulación acorde a la actividad llevada adelante, como así también la necesidad fundamental de acceder a marcos legales regulatorios y derechos sociales y

laborales adquiridos por otros trabajadores (jubilación, obra social, asignación, etc.), condiciones que continuamente reclaman al Estado los trabajadores de la EP.

En este mismo sentido, desde la Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP), gremio de los trabajadores de la Economía Popular, conformado a partir de 2011, se define y denuncia que: *“En fin, somos informales, precarios, externalizados y de subsistencia. Somos trabajadores excluidos de los derechos, de las instituciones, nadie se responsabiliza por nosotros y nuestras unidades productivas no pueden garantizarnos condiciones dignas y estables de trabajo (...) es el conjunto de actividades laborales que el pueblo se inventó para sobrevivir afuera del mercado formal”* (Pérsico y Grabois; 2014; 29)

Cómo es posible entonces, el desarrollo y fortalecimiento de la Economía Popular y sus trabajadores, en una estructura económica que no los contempla ni reconoce institucionalmente, y donde no abundan políticas sociales adecuadas a las necesidades de dichos actores. Potencialmente, su crecimiento necesita de políticas deliberadas e integrales, que desde el ámbito público garanticen un abordaje transversalizado, es decir acciones en los distintos niveles económicos y sociales de los trabajadores y sus familias: fortalecimiento de sus capacidades, financiamiento, apoyo y fomento de la organización colectiva, el acceso a mercados y a la distribución de sus producciones y servicios, como así también la garantía de sus derechos esenciales: educación, salud, protección y seguridad social, vivienda, infraestructura social y productiva.

Comprender la situación de vulnerabilidad en la cual se encuentran los trabajadores es tarea fundamental, para desde allí y a partir de las características propias del territorio en el que se desenvuelven, impulsar acciones de protección y promoción social. Coraggio (2013) explica que en la última década se han desarrollado en mayor medida políticas gubernamentales de protección y transferencias sociales, pero aún es una deuda pendiente la promoción social y económica de los trabajadores de la EP.

“Existen al menos tres consideraciones claves para la definición de políticas activas para la EPS. Primero, las políticas deben reconocer la heterogeneidad del sector: economía popular (de reproducción simple a reproducción ampliada); y economía

solidaria, y por tanto, tener políticas diferenciadas que deberán moverse desde la protección a la promoción y desarrollo, según el sujeto. Segundo, las políticas deben deliberadamente impulsar la economía solidaria, y promover y organizar la economía popular hacia la economía solidaria, no solo por sus méritos en términos de distributivos, sino para alcanzar escalas y eficiencia. Tercero, las políticas deben tener fuertes anclajes en el territorio, pues es allí donde deben articularse para movilizar los recursos y las oportunidades con un sentido y una direccionalidad clara” (Coraggio, José L.; 2013; 17)

2. ELDORADO, MISIONES: Características socio-económicas de la ciudad y la región

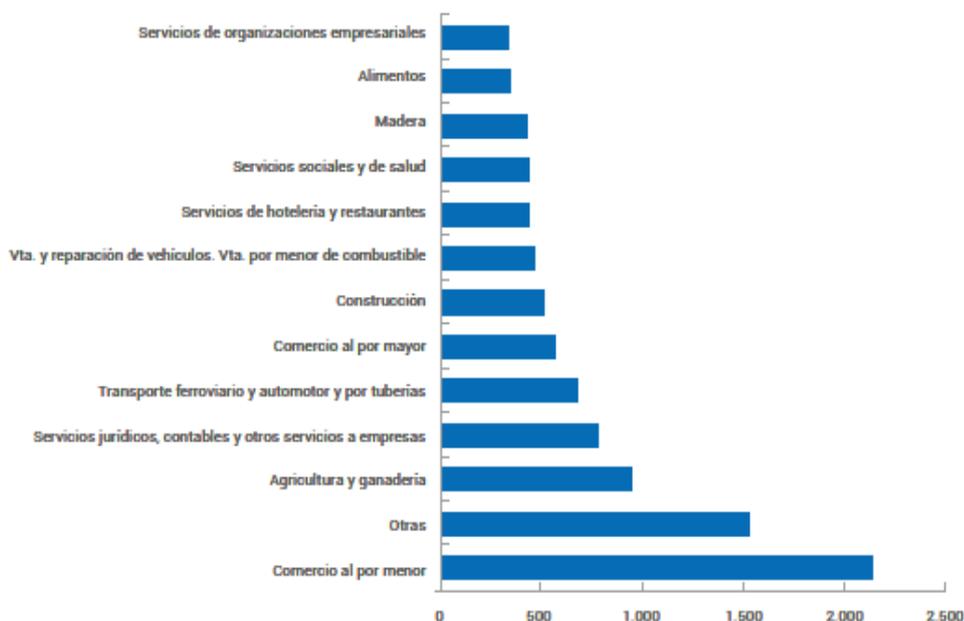
La provincia de Misiones, ubicada al noreste del país, comparte con la mayoría de las provincias "extra pampeanas" una estructura económica de base agrícola, a partir de la cual se inserta en la economía nacional a fines de siglo pasado. Esta inserción se realiza en primer lugar por razones "geopolíticas", ya que se encuentra en los límites territoriales con Brasil y Paraguay. (Heuse, Gisela; 1996; Pág. 5).

Posee además, la característica de ser producto de una activa política de colonización en el proceso de poblamiento de su territorio, mediante la cual se vendieron tierras a inmigrantes europeos en el marco de la Ley Nacional de Inmigración y Colonización del año 1876 y la Ley de Venta de Tierras Fiscales del año 1882.

La economía de la provincia se encuentra fuertemente ligada a la agricultura y ganadería (destacándose los cultivos tradicionales de tabaco, yerba mate y té), que conforman el sector primario de Misiones. El sector secundario, la industria manufacturera es la de mayor relevancia, donde resalta la producción de papel y madera. Por otro lado, en el sector terciario resalta el comercio, con el 20% del producto provincial. Dentro de la industria también merece destacarse el sector metalmecánico, que representa alrededor del 15% de la actividad industrial de Misiones. Este sector se caracteriza por la presencia de pequeñas empresas, que se especializan en la producción de maquinaria, calderas y sistemas utilizados por el resto de la industria provincial).

La composición del PBG se condice con la composición de la estructura empresarial de la provincia, en donde se destacan los servicios como el sector más importante. Si observamos lo que sucede con la cantidad de empresas privadas registradas por rubros, el comercio al por menor representa el rubro más importante seguido por el agrícola-ganadero (Ministerio de Producción y desarrollo. Presidencia de la nación; 2016; 7)

GRÁFICO 3
CANTIDAD DE EMPRESAS POR SECTOR. IV TRIMESTRE DE 2013



Fuente: Elaboración propia en base a OEDE

En las primeras décadas de desarrollo de la provincia, la producción estuvo basada en el cultivo de la yerba mate, realizado en su mayoría por los colonos, que poseían pequeñas y medianas propiedades (...) Posteriormente, como consecuencia de la crisis de la producción yerbatera, se fue desarrollando una especialización diversificada en cultivos industriales pertenecientes a la misma línea de producción: yerba mate, té, tabaco oscuro y claro, tung y mandioca. (Ministerio de Producción y desarrollo. Presidencia de la nación; 2016; 5)

A partir de la década del 60 este modelo comienza a manifestar una profundización de comportamientos regresivos por crisis de demanda en los mercados nacionales e internacionales, empieza a desarrollarse activamente la producción forestal, fuertemente asociada a la industria celulósica (su gravitación se consolida a mediados de la década del 70, favorecida por medidas de desgravación impositiva y créditos públicos). Esta actividad es propulsada principalmente por grupos económicos decapitales locales y extralocales, teniendo estos últimos una gravitación cada vez más relevante. (Ministerio de Producción y desarrollo. Presidencia de la nación; 2016; 5)

Lo que se está produciendo desde hace décadas (acentuándose en los 80) es un importante desplazamiento de población a los departamentos donde está asentada este tipo de producción; sobre todo en la región de Alto Paraná. A esto hay que agregar que las condiciones regresivas de la producción agrícola está expulsando la población rural, por lo que posiblemente en búsqueda de otras alternativas laborales, muchos de estos pobladores estén siendo contratados en las cercanías de los centros dinámicos en condición de trabajadores temporales. (Ministerio de Producción y desarrollo. Presidencia de la nación; 2016; 14)

Actualmente, una actividad terciaria que tiene un peso relevante para la provincia es el turismo, que se encuentra expandiéndose tanto cuantitativa como cualitativamente. Existe un amplio flujo de turistas que visitan cada año las Cataratas del Iguazú que pueden ser captados hacia otras atracciones turísticas de la provincia, mediante la mejora en la calidad de las experiencias de los mismos. (Ministerio de Producción y desarrollo. Presidencia de la nación; 2016; 11)

En la zona del Alto Paraná se encuentra la ciudad de Eldorado, ubicado en el oeste de la Micro Región (suroeste del Departamento Eldorado). Es la tercera ciudad de la provincia de Misiones. Se accede por la Ruta Nacional 12, que la comunica con las cataratas del Iguazú y la ciudad de Posadas, como también a través de la Ruta Provincial 17, que une la ciudad con la de Bernardo de Irigoyen. La fundación de la localidad de Eldorado estuvo fomentada por la Ley de Inmigración y Colonización que el presidente Nicolás Avellaneda promulgara en

1876. Surgió como una colonia agrícola fundada por Adolfo Julio Schwelm en 1919 en el paraje Puerto Viejo, integrada por inmigrantes alemanes, suizos, polacos, rusos y escandinavos. (Fecha de creación: 6 de noviembre de 1929) (Ministerio de Producción y desarrollo. Presidencia de la nación; 2016; 11)

3. EL PROGRAMA. Implementación del “Ellas Hacen” en la provincia de Misiones

El programa Ellas hacen fue lanzado por el Ministerio de Desarrollo Social de la Nación en marzo de 2013 en el marco del programa Argentina trabaja -Ingreso Social con Trabajo. Se planteó como objetivo que las mujeres en estado de vulnerabilidad pudieran acceder a un trabajo mediante de la conformación de cooperativas, como así también a la posibilidad de capacitarse y culminar sus estudios.

En una segunda etapa de implementación se incluyó a 100.000 mujeres jóvenes con prioridad de acceso: por tener 3 o más hijos menores de 18 años, y/o con discapacidad, percibiendo además la Asignación Universal por Hijo; por estar a cargo del hogar; por encontrarse sin trabajo; por vivir en una villa o barrio emergente; por ser víctima de violencia de género. Requisitos que se aplicaron en la provincia de Misiones como parte de la región declarada en emergencia junto a las provincias de Corrientes Chaco, Entre Ríos, y Tucumán.

Se estableció, además, que el abordaje del programa se realizaría en cada localidad de manera integral, mediante la interacción de distintos ministerios nacionales con autoridades provinciales y locales, garantizando sus tres ejes principales:

-Trabajo Digno, que incluye el acceso a un trabajo registrado a través del Monotributo Social (incluye obra social y aportes jubilatorios, ingresos sin intermediarios a través de una tarjeta bancaria). A su vez, se incluye en las jornadas laborales la provisión de elementos de seguridad necesarios para llevar adelante las tareas, y un seguro de vida personal cuyo costo está a cargo del programa.

-Obras e Inclusión Urbana: que abarca obras de infraestructura, equipamiento y saneamiento integral: Instalaciones internas de agua potable en hogares, colocación de

tanques de agua, conexiones a redes y mejoramiento del núcleo húmedo; reacondicionamiento de veredas y lugares públicos; saneamiento, recuperación de espacios verdes, clasificación de basura, reciclaje.

-*Capacitación y Terminalidad* Educativa: que incluye la participación de las trabajadoras en distintas capacitaciones, en temáticas que abarcan oficios asociados a la construcción, formación integral sobre derechos (con énfasis en la prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres), importancia del acceso al trabajo de las mujeres, cooperativismo y economía social, perspectiva de género (introducción a los conceptos de sexo, género y sexualidad), ciudadanía urbana, etc.

En Eldorado son veinte las cooperativas que se conformaron tras la convocatoria, en su mayoría nucleando entre treinta y cuarenta mujeres incorporadas al programa. Las mismas fueron convocadas y constituidas en base a su domicilio y cercanía (Barrio San Cayetano, Barrio Sarmiento, Barrio Florida, Barrio Antiguo Centro), como así también incorporadas al sistema educativo formal y no formal, teniendo en cuenta además posibles espacios de diálogo y de trabajo que contribuyan no sólo a su desarrollo sino al de sus familias y la comunidad.

Según lo establecido por los responsables generales del programa en Eldorado, las Titulares de Derecho cuentan con el espacio de formación y acompañamiento constante de los miembros del Equipo de Organización y Coordinación Local, el cual incluye desde 2013 núcleos de atención locales (CIC de Pinares, CIC de Koch, CIC de Km 18, CIC de Roulet, CDI de Km 2, Oficina FINES, Km 2). Actualmente sólo se han desarrollado las actividades de talleres y reuniones en el Centro Integrador Comunitario de Barrio Koch.

Si bien se han realizado acciones en función de los objetivos planteados por el programa y su efectiva aplicación en la ciudad de Eldorado, actualmente son muchas las mujeres que han suspendido sus estudios por diferentes motivos; a la vez que no se desarrollan actualmente talleres de capacitación ni seguimientos a las cooperativas. Hasta fines del 2016 fueron efectivamente actualizados los documentos administrativos de las distintas organizaciones cooperativas: balances, nóminas de personal, actas de las organizaciones,

elección de autoridades de consejo, etc., pero no se han generado desde entonces nuevas instancias de encuentro o fortalecimiento de sus procesos constitutivos como cooperativas.

Es fundamental tener en cuenta que las mujeres asociadas a dichas cooperativas llevan adelante microemprendimientos familiares o actividades de producción de manera individualizada, más allá de la organización que conforman. En muchos de los casos identificados las cooperativas no cuentan actualmente con una actividad de producción colectiva definida, y en los casos que si se han planificado estos proyectos no se han puesto en marcha por la falta de capital inicial, herramientas de trabajo o dificultades organizativas identificadas hacia el interior de los colectivos; para los casos en los que efectivamente se encuentran produciendo, las dificultades se presentan en torno a la inserción de la cooperativa en los procesos de comercialización y venta de sus productos.

Desde un análisis integral del programa se entiende que no han sido suficientes las líneas de apoyo económico y fortalecimiento que les permita a las asociadas encontrarse en diversas instancias de planificación productiva y de acompañamiento por parte de los organismos involucrados, instancias que les permitiría además reconocerse como organizaciones colectivas de autogestión. En su defecto, la mayoría de las mujeres solo se encuentran como grupo en los talleres de capacitación, que en el contexto actual no se están llevando adelante. Este escenario dificulta la constitución del grupo con una identidad definida y con reales posibilidades de proyectar núcleos productivos independientes del accionar Estatal, cooperativas insertas en el mercado y reconocidas socialmente como actores productivos.

De esta situación se desprenden sentidos estigmatizantes respecto a su titularidad en el programa, identidades construidas socialmente en torno a sus condiciones de mujer y a sus oficios: en muchos casos las titulares del “ellas hacen” no son reconocidas como socias que integran cooperativas de trabajo, como mujeres que se encuentran en situaciones de violencia y vulnerabilidad. Es recurrente escuchar expresiones como “son todas vagas”, “solo cobran el plan”, “se encuentran en esa situación porque quieren”, “no trabajan”, “no son rentables sus actividades”, etc. Y si bien es recurrente escuchar este tipo de expresiones en los habitantes de Eldorado, el accionar institucional por parte de los organismos estatales que acompañan el

programa no revierte esta situación. Un claro ejemplo del mismo es el hecho de que, desde la implementación del programa, los promotores no han logrado encausar los proyectos productivos de las cooperativas, y en mucho de los casos les han sugerido modificaciones tendientes a “medir” sus propuestas como inviables, improductivas, poco factibles, etc.

El escenario es claro y repercute en los procesos de construcción identitaria: en la autodefinición que las titulares mismas perciben y construyen de su emprendimiento productivo, en desatender que la organización colectiva les permitiría reforzar un proceso de empoderamiento y salida a las situaciones de violencia que cotidianamente experimentan, en no lograr percibir a la organización cooperativa como posibilidad real y sustentada de trabajo, y como una alternativa económica para el mejoramiento de su calidad de vida.

Es importante entonces que todo proceso de construcción identitaria sea pensado desde dos dimensiones que funcionan como las dos caras de una misma moneda. Por un lado lo que denominamos *Identidad Colectiva* o *Autoidentidad* y que refiere a la definición de pertenencia del colectivo y que es elaborada con cierto margen de autonomía. Hecho que no implica que se construya en armonía, sino que también implica grados de conflictividad. Esta forma de identidad define límites o efectos de frontera del colectivo con respecto a los “otros” y es producto de un acuerdo entre los miembros que generalmente permanece implícito. La *identidad colectiva* es la construcción de un sentido de “nosotros” y está compuesto por definiciones de la situación y la memoria colectiva compartida por los miembros del grupo. (Abatedaga y Siragusa; 2012; 19)

Una política de acción tendiente al fortalecimiento cooperativo y el de sus trabajadoras debe tener en cuenta sus aspectos y dificultades internas, como así también a la visibilidad pública que pueda alcanzarse para sus proyectos productivos, apostando por revertir y/o resignificar los sentidos estigmatizantes socialmente construidos. Así mismo, un proceso que tenga como punto de partida el fortalecimiento interno de las organizaciones, puede alcanzar una integración más amplia entre las mismas: cooperación entre las cooperativas, complementación de actividades, asociación intercooperativas, realización de actividades

conjuntas, intercambio de experiencias, etc., todas instancias que incidirían consecuentemente en revertir la individualidad productiva presente actualmente.

4. “ELLAS HACEN FERIA”. Un aporte desde la comunicación a la identidad laboral y la visibilidad pública de las cooperativas del programa.

Hasta aquí, el contexto socio-cultural y económico descripto nos demuestra que adquiere una destacada importancia en las condiciones que se encuentran conformadas actualmente las cooperativas y en sus titulares de derecho. Este escenario de disputa política entre los distintos actores que lo conforman implica, además, que la producción de sentidos se vuelve una herramienta para que los sujetos negocien su posición en el entorno en el que viven.

Se trata de un escenario en el que el Estado las interpela como integrantes de un sistema de Economía Social y Solidaria y como colectivos cooperativos, que en realidad dista mucho de su organización real. Las titulares de derecho del “Ellas Hacen” aún continúan desarrollando acciones y actividades laborales más asociadas al sector de la Economía Popular, es decir a sus núcleos familiares inmediatos y a la producción en escala reducida e individual, sin ser garantizados el acceso a derechos y condiciones dignas de trabajo.

Es por esto que se propone a partir de una actividad específica, iniciar un proceso de trabajo conjunto, el cual encuentre a las diversas cooperativas llevando adelante un plan colectivo y una apuesta de visibilización del trabajo que vienen realizando, o bien quieren realizar: la puesta en marcha de una feria del “Ellas Hacen”.

Ahora bien, si tal como se especificó anteriormente, la formulación y planificación de un proceso de trabajo colectivo e intercooperativo permitiría llevar adelante un proyecto integral, que favorezca el desarrollo de las cooperativas involucradas y que dispute los sentidos socialmente -y el lugar que ocupan sus emprendimientos-, es necesario entonces analizar cada uno de los aspectos involucrados en la propuesta de trabajo:

a. ¿Por qué una feria?

Uno de los fenómenos más importantes de la provincia, sobre todo de la zona del Alto Paraná es la realización de Ferias francas que, surgidas a partir del año 1995, durante un

periodo de crisis del agro en la Provincia, han permitido a productores y artesanos construir un espacio de comercialización y venta directa de diversos productos. También recupera saberes de los antepasados y de los pueblos guaraníes en relación con la tierra, al mismo tiempo que impulsa el comercio justo en la relación productor-consumidor, ya que es posible vender más barato que en los mercados tradicionales.

Muchas de las integrantes del programa comercializan sus producciones familiares en estos espacios, motivo por el cual predominan también en los proyectos cooperativos las propuestas de huerta, de producción de alimentos orgánicos, de artesanías en madera y textiles. Todos productos que efectivamente pueden insertarse en el mercado de las ferias, ante la imposibilidad de acceder a locales comerciales u otros puntos de venta más tradicionales.

Por otro lado, las ferias constituyen un aprovechamiento del espacio público que permite visibilizar los productos que allí “se exponen” y brinda la posibilidad, mediante recursos comunicacionales, de interpelar a quiénes se acercan a dicho lugar. El ámbito de la feria es un relato en sí mismo, propone un recorrido y comunica, a la vez que inscribe a las trabajadoras como protagonistas e interlocutoras de un territorio que se vuelve propio, que les es familiar, que referencia su trabajo y a sí mismas como trabajadoras.

Nidia Abatedaga escribe que “La identidad pública en general y la del trabajador cooperativo en particular, nunca es autónoma ni exclusivamente autodefinida, ya que la interacción con „otros” externos es percibida en parte como el espejo donde se mira el nosotros inclusivo, retroalimentando y corrigiendo la autopercepción colectiva, y en parte influyendo en el necesario posicionamiento identitario que el grupo posee en diferentes espacios públicos, en relaciones externas actuales o potenciales.”. La *identidad pública* es considerada como la imagen colectiva que las cooperativas son capaces de elaborar interactivamente en sus vinculaciones con otros actores que ocupan espacios específicos en el ámbito público, ya sean de su mismo sector o actores institucionalizados en el Estado. (Abatedaga y Siragusa; 2012; 20)

En este mismo sentido, una feria no sólo les permitirá reconocerse en un proceso colectivo de trabajo, sino que sería la excusa perfecta para encontrarse con organizaciones cooperativas compañeras, como parte de un mismo programa de fomento. Mientras que, a su vez, construirá un discurso identitario para ese “otro” que conforma el Estado, al cual son capaces de narrar su proceso productivo y contar lo que pretenden llevar adelante como mujeres trabajadoras empoderadas; y ese “otro” vecino/a que puede reconocer en el ámbito de la feria, lo que efectivamente vienen produciendo como sustento y reproducción de sus vidas y la de sus familias.

Indagar en la dimensión narrativa de las definiciones identitarias permite sin duda poder pensar en aquellos vínculos constitutivos que, en el flujo de los relatos, marcan el nexo del recorrido individual y el recorrido colectivo. El relato en la construcción identitaria permitiendo que el pasado cobre sentido en el presente, en el ahora del relato: *“la importancia de la narración en el campo de las vivencias sociales aparece con toda nitidez: ella podrá dar cuenta ajustadamente de los procesos de autocreación, de las tramas de sociabilidad, de la experiencia histórica, situada, de los sujetos, en definitiva, de la constitución de identidades, individuales y colectivas.”*(Arfuch; 2005; 26)

b. Actores involucrados en su planificación y metodologías de planeamiento

Si bien ya han sido nombradas las protagonistas por excelencia de la propuesta de feria, es importante incluir en el proceso de planificación todos aquellos conocimientos previos que poseen las titulares sobre qué producir; elementos que serán fundamentales al momento de narrar y visibilizar los distintos procesos productivos llevados adelante: herramientas con las que cuentan, lugares donde lo realizan, necesidades manifiestas para mejorar la producción y el trabajo colectivo, como así también el armado mismo de la feria, de manera tal que pueda relatar a los posibles consumidores el esfuerzo, los oficios y las potencialidades de sus organizaciones.

De esta manera se realizará un aporte a la disputa principal sobre el lugar que ocupa el trabajo en cada una de las organizaciones, y la visibilización de sus actividades. A su vez, en relación con el Estado, permitirá poner en evidencia aquellos vacíos en los cuales las políticas

concretas del programa no han aun sido fortalecidas o promovidas, con el fin de garantizar la sustentabilidad y la continuidad de estas organizaciones autogestivas.

En cada uno de estos aspectos, las relaciones interpersonales y los mensajes que se logren insertar en el armado mismo de la feria, serán elementos claves para llenar de nuevos sentidos el escenario comunicacional y fortalecer las relaciones entre las asociadas y las cooperativas en su conjunto. Los procesos comunicacionales atraviesan las *relaciones sociales de producción* y en el *proceso de trabajo* se constituyen en un factor condicionante que incide en la constitución del sujeto trabajador, de su ser laboral, de su identidad en tanto trabajador.

Al respecto, escribe Miguel Haiquel:

“La comunicación es parte de la construcción previa del producto a lograr y que es común a los individuos que conforman el sujeto colectivo que trabaja. Participa en la reproducción del conocimiento adquirido en procesos de trabajo anteriores, imprescindibles para la elaboración del producto y que necesita ser conocido por todos los que conforman al sujeto. Es medio de coordinación de acciones durante el proceso de trabajar.” (Haiquel; 2008; 99)

Los procesos comunicacionales se encuentran, por lo tanto, en la constitución misma del sujeto que trabaja, en el proceso de constitución identitaria que implica la articulación de aquel mismo sujeto con las prácticas discursivas que lo definen como trabajador en el marco de relaciones de producción históricamente determinadas.

De esta manera, podría llevarse adelante una planificación conjunta con los actores intervinientes: cooperativas, equipo de trabajo interdisciplinario (comunicadores, psicólogos, abogados, trabajadores sociales, etc.) y representantes de los distintos organismos estatales involucrados en el programa. La cercanía, las habilitaciones y avales permitirán poner el acento en la institucionalidad, la regulación y el reconocimiento de las trabajadoras, reduciendo la brecha entre los trabajos individualizados y un proceso de organización ampliado en la conformación de las cooperativas y el trabajo colectivo.

Como lo explica Cuche, “...*La construcción de la identidad se hace en el interior de los marcos sociales que determinan la posición de los agentes y por lo tanto orientan sus*

representaciones y elecciones. Por otra parte, la construcción identitaria no es una ilusión pues está dotada de una eficacia social, produce efectos sociales reales.” (Cucho; 2002; 109)

Serán necesarias incorporar instancias de encuentro y reunión donde puedan definirse los puestos que serán incluidos en la feria, la fecha de realización, el lugar habilitado para tal fin y las formas de publicitar y convocar a la misma. Así mismo estas instancias generarán momentos de planificación intracooperativos, que permitirán a las titulares encontrarse entre ellas en otro tipo de reuniones, más allá de las que les han habilitado las capacitaciones, y planificar una producción colectiva para la venta. Se espera que este proceso no solo las posicione públicamente, sino que inicie otro tipo de relaciones entre las trabajadoras, fortaleciendo principalmente sus vínculos laborales en el camino hacia la autogestión.

c- ¿Qué discursos, herramientas y estrategias comunicacionales se implementarían?

Se prevé una cobertura periodística de los encuentros y reuniones que permita generar recursos comunicacionales y producciones para la feria misma, de manera que refuerce las narrativas y relatos en dicha instancia. A través de imágenes fotográficas y audiovisuales podrá ser montado el espacio de la feria, que junto a los productos mismos dará a conocer cada una de las experiencias organizativas participantes y los procesos de elaboración de los productos comercializados, relatados desde las protagonistas mismas.

Los discursos que se vehiculicen a través de los distintos productos comunicacionales deben poner el acento en el trabajo y en lo que tal actividad significa para las mujeres del programa y sus familias. Es importante relatar además los motivos por los cuales se lleva adelante una gestión colectiva del trabajo, los beneficios que eso alcanza y los proyectos que ellas quieren llevar adelante mediante esta forma organizativa.

Es por esto que la propuesta nominativa de la feria es justamente “Ellas hacen feria”, con la finalidad de hacer referencia al programa marco que fomentó la constitución de las cooperativas y la obtención de sus matrículas, a la vez que favorecería el reconocimiento y la pertenencia de sus titulares al programa como titulares de derecho.

Stuar Hall especifica que las identidades “...se construyen dentro del discurso y no fuera de él, debemos considerarlas producidas en ámbitos históricos e institucionales específicos en el interior de formaciones y prácticas discursivas específicas mediante estrategias enunciativas específicas.” (Hall; 1996; 118)

Si a esto le sumamos la posibilidad de que los relatos vehiculizados en los distintos productos comunicacionales puedan hacerse en primera persona, reforzaría la autopercepción de sus trabajadoras y abriría la posibilidad de que puedan contar ellas mismas lo que realizan, por fuera de la tutela del estado y apostando aún más al fortalecimiento autogestivo. En defensa de sus derechos pueden ponerse de manifiesto las necesidades principales de las mujeres y sus apuestas colectivas, sus reclamos y autonominaciones, de manera tal que se comience a generar, mediante los distintos discursos, esa disputa de sentidos necesaria para resignificar el rol de las trabajadoras del “Ellas Hacen”.

Es de suma importancia también apelar a los medios de comunicación locales, que puedan instalar las problemáticas que se encuentran atravesando las titulares del programa, a la vez que vehicular la convocatoria y la difusión de la feria misma. Nuevamente la construcción de los discursos debe preverse de manera conjunta entre los actores intervinientes otorgándoles prioritaria voz a sus protagonistas, pero sin dejarlas de enmarcar en el marco ampliado del programa, acción que permitirá además posicionarlas frente al Estado como garante de sus derechos y actor fundamental en la obtención de recursos para el crecimiento y el desarrollo de las cooperativas.

Finalmente, en el contexto en el que se encuentra actualmente la provincia de Misiones y el Programa “Ellas Hacen” implementado, un proyecto de estas características lograría reactivar el proceso iniciado con el otorgamiento de las matrículas, fortalecería los lazos entre las mujeres y de ellas para con la organización cooperativa, y por sobre todas éstas, instalaría por primera vez en el espacio público de la ciudad las actividades que llevan adelante y la lucha por sus derechos como trabajadoras que apuestan a formar parte del Sistema de la Economía Social y Solidaria.

Bibliografía

- Abatedaga, Nidia. (2008). *Comunicación. Epistemología y metodología para planificar por consensos*. Córdoba, Argentina: Brujas.
- Abatedaga, Nidia & Siragusa, Cristina (2012). *Comun(ic)ación Cooperativa. Estrategias, herramientas y reflexiones*. Córdoba, Argentina: Topos & Tropos.
- Arfuch, Leonor (2005). *Identidades, sujetos y subjetividades*. Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.
- Chihu Amparán A. y López Gallegos A. (2007). *La construcción de la identidad Colectiva*. En Alberto Melucci. Polis: Investigación y Análisis Sociopolíticos y Psicosocial, 3 (1), 125159.
- Coraggio, José Luis. (2013). *Las tres corrientes vigentes de pensamiento y acción dentro del campo de la Economía Social y Solidaria (ESS). Sus diferentes alcances*. En Revista Temas. Cultura Ideología Sociedad. Nro 75. La Habana, Cuba. P. 5.
- ----- (2013). *La economía social y solidaria, y el papel de la economía popular en la estructura económica*. En IEPS (Ed.), *La economía popular y solidaria. El ser humano sobre el capital*, (pp. 21-44). Quito, Ecuador: Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria.
- Cuche, Denys (2002). *La noción de cultura en las ciencias sociales* (Mahler Paula, trad.). Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.
- Haiquel, Miguel (2008). Una aproximación a la consideración de la Comunicación Social como Relación Social de Producción. En N. Abatedaga (Ed.), *Comunicación. Epistemología y metodología para planificar por consensos*. (pp. 87- 105). Córdoba, Argentina: Brujas.
- Hall, Stuart (1996). ¿Quién necesita identidad?. En P. Gay & S. Hall (Ed),
- *Cuestiones de identidad cultural* (pp. 13-39). Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Heuse, Gisela (1996). *Transformaciones Económicas, Sociales y Territoriales en un Contexto Neoliberal. El caso de la provincia de Misiones*. En Cuaderno CEPAS No. 3. Buenos Aires, Argentina.



Asociación Argentina
De Especialistas en
Estudios del Trabajo



Universidad
Nacional
Villa María

Instituto Académico
Pedagógico de Ciencias
Sociales

- Ministerio de Producción y desarrollo. Presidencia de la nación. (2016). *Ficha Provincial Misiones*. Recuperado de <http://mapaprod.producción.gob.ar/fichas/>.
- Secretaría de Estado de Agricultura Familiar. Provincia de Misiones (2016). *Historia de las Ferias Francas de Misiones*. Recuperado de <http://www.agrifam.misiones.gov.ar/>.