

Nuestro mensaje es el medio

LIC. FERNANDO JAVIER ZUKER¹

Resumen

Este artículo recupera y pone en valor la experiencia de la Cooperativa de Trabajo La Tabá Limitada, entidad formada en el año 2010 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires para el desarrollo y la comercialización de servicios de comunicación gráficos, audiovisuales y digitales.

A partir de noviembre de 2011, edita mensualmente una publicación periódica de distribución gratuita en el ámbito de la Comuna N°7, integrada por los barrios de Flores y Parque Chacabuco. Asimismo, planifica acciones de capacitación en materia de educación cooperativa y comunicación social, y efectúa una labor solidaria para la construcción de una red asociativa entre instituciones, comercios y actores de la economía social en el territorio.

Palabras clave: comunicación, medios, empresas, prácticas, comunidad, autogestión.



¹ Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social (UBA), ha finalizado los estudios del Profesorado en Ciencias de la Comunicación Social (UBA). Es docente en la Tecnicatura Universitaria en Economía Social (Universidad Nacional de Quilmes) y en el Centro de Formación Profesional N° 24 (CABA). Preside la Cooperativa de Trabajo La Tabá Ltda. (especializada en servicios de comunicación gráficos, audiovisuales y digitales) e integra los equipos de investigación del Centro para el Desarrollo de la Economía Social en América Latina (Cedesal) y del Centro Cultural de la Cooperación "Floreal Gorini" (Área Cooperativismo y Autogestión).

Resumo

Nossa mensagem é o meio

Este artigo recupera e valoriza a experiência da Cooperativa de Trabalho “La Taba Limitada”, entidade formada no ano 2010 na Cidade Autônoma de Buenos Aires para o desenvolvimento e comercialização de serviços de comunicação gráficos, audiovisuais e digitais.

Desde novembro de 2011, edita mensalmente uma publicação periódica de distribuição gratuita no âmbito da Comuna Nº7, integrada pelos bairros de Flores e Parque Chacabuco. Também planeja ações de capacitação em educação cooperativa e comunicação social, e realiza um trabalho solidário para a construção de uma rede associativa entre instituições, comércios e atores da economia social no território.

Palavras-chave: *comunicação, meios, empresas, práticas, comunidade, autogestão.*

Abstract

The médium is our message

This article recovers and appreciates the experience of La Taba, a Limited Cooperative Association formed in 2010 in the Autonomous City of Buenos Aires for the development and commercialization of graphic, audiovisual and digital communication services. Since November 2011, it publishes a free distribution monthly magazine in the area of the Commune No. 7, composed of the districts of Flores and Parque Chacabuco.

It also plans training activities in cooperative education and social communication, and joint work is underway for the construction of an associative network between institutions, businesses and social economy actors in the territory.

Keywords: *communication, media, business, practices, community, self-management.*

¿POR QUÉ ESCRIBIR SOBRE NOSOTROS MISMOS?

Para los que dedicamos nuestra labor cotidiana a la comunicación social, resulta habitual la redacción de noticias sobre acontecimientos, hechos, actores y personalidades que componen el mundo que habitamos. Hacemos periodismo, pero no de cualquier tipo. Sencillamente porque no construimos la realidad desde algún sitio externo frente a “lo que pasa” sino que más bien estamos inmersos en ella, como partícipes de un tiempo y espacio social que requiere de la elaboración de más y mejor información.

Todos los días buscamos la noticia y la transportamos por una cadena de valor que logra su efectiva publicación en el contexto de la edición de nuestro medio de prensa. Cosa habitual y práctica conocida convertida en rutina. En estos términos, adquiere un estatus extraño, infrecuente y hasta insólito la escritura, no ya de datos e historias sobre terceras personas, sino el relato desgajado sobre nosotros mismos.

Desde el ámbito de la academia en general y desde algunos sectores del periodismo hegemónico en particular, se critica en profundidad el concepto de “autorreferencialidad” y/o el de “periodismo de periodistas”, bajo los estándares de la objetividad, la independencia, y los valores y criterios de la ética profesional. Esta concepción no observa detrás de los medios más que empresas que funcionan alrededor de una alianza entre el capital y el trabajo, en la cual los trabajadores de prensa cumplen un rol que contribuye a la reproducción integral del medio donde se desempeñan. Este modelo ideal que se usa para comprender al periodismo se transforma en una opción posible solo si funciona en un marco de armonía y funcionalidad, reglado y exento de conflicto. La historia de los medios y los acontecimientos que se sucedieron en los últimos años en Argentina muestra la finitud e imposibilidad

de concreción de dicho modelo.

La convivencia de las empresas periodísticas en la arena de lo público hace latente y continuada la disputa por el poder económico de comunicar y la tensión que emerge de la discusión por el lugar que ocupan los periodistas en la sociedad. Muchas teorías para pocas y viejas prácticas, que, en consecuencia, habilitan muchas y nuevas prácticas que deberían ser conceptualizadas de ahora en adelante.

En este sentido, escribir acerca de nuestra experiencia cooperativa de comunicación implica aceptar de antemano este otro modo de hacer que se sostiene a base y por la fuerza de las subjetividades de sus hacedores y hacedoras.

Al día de hoy, cuando la mayoría de la sociedad versa sobre los medios, desnuda el carácter oculto de sus operaciones y descubre toda la magnitud de su manipulación informativa al servicio de las grandes corporaciones político-económicas, se torna imprescindible un relato que se “escribe mientras se hace” y se “hace mientras se escribe”. Un doble movimiento que da cuenta de un proceso que está en marcha y que se encuentra definido por los principios de la reciprocidad, el diálogo y la participación.

Así es como la Cooperativa de Trabajo La Tabla Ltda. intenta poner patas para arriba el paradigma de la comunicación dominante y afirmar que su “mensaje es el medio”, es decir, recostarse en la forma organizativa de una asociación que trasciende las fronteras tradicionales del periodismo y ocuparse de unos contenidos en aras de construir otra comunicación posible.

Este artículo recupera los principales momentos de esta experiencia solidaria, describe las características de cada herramienta comunicativa puesta en práctica y las articulaciones institucionales que se lograron hasta la fecha como resultado de la gestión.

UN LABERINTO QUE EXPLICA EL ORIGEN

A fines del siglo XX, en el ocaso del neoliberalismo y la falsa paridad cambiaria, la única manera de realizar una práctica profesional periodística, con excepción de un contacto y/o un familiar con empleo, era “pagando” un espacio de alquiler, por ejemplo, radiofónico. Las escuelas terciarias privadas en auge posibilitaban las engañosas “pasantías” y la universidad pública y gratuita facilitaba enormes volúmenes de materiales de lectura pero casi nula inserción en el campo profesional. En aquel entonces no se vislumbraba otra alternativa que reunir los recursos económicos para empezar “como se pueda”. Se formaba un grupo interesado y, con la firma de un contrato renovable, la idea fluía. Pero la vida de aquellos proyectos era tan corta y efímera como el flujo del dinero que se alcanzaba a juntar todos los meses. De pronto, la ilusión de la “producción independiente” hacía lugar a un diagnóstico cruel: el problema se resolvía con la gestión de algún tipo de financiamiento, cualquiera sea. Esto era lo mismo que decir sin comercialización no avanzamos a ninguna parte.

Algunos años después, con una serie de experiencias probadas a cuestas, el objetivo mínimo pasaba por al menos “empatar” la partida. Conocimos de este modo los famosos “contratos de co-producción”, es decir, vínculos entre locadores y locatarios que acuerdan la cesión de los medios técnicos y la fuerza de trabajo para impulsar una idea que también fluía. Esta modalidad, si bien superaba las condiciones laborales anteriores y se sostenía por un mayor tiempo, tenía en la figura del locador como el dueño del medio, y por tanto de los medios de producción, la potestad de rescisión cuando la situación lo requiriera. El ejercicio profesional era un laberinto sin salida.

Con ese antecedente, luego de tres años de

A fines del siglo XX,
las escuelas terciarias privadas
posibilitaban engañosas “pasantías”
y la universidad pública y gratuita
facilitaba enormes volúmenes de
materiales de lectura pero casi nula
inserción en el campo profesional.
En aquel entonces no se vislumbraba
otra alternativa que reunir
los recursos económicos para
empezar “como se pueda”.

maduración grupal y reflexión en torno a las experiencias vividas durante la década 2000-2010, se articuló la convocatoria pública a través del organismo pertinente (INAES) para la realización de una asamblea constitutiva que pueda decidir la formación de una cooperativa de trabajo. El 1° de marzo de 2010, La Tabla definió en su estatuto un objeto social dedicado al “desarrollo y la comercialización de servicios de comunicación gráficos, audiovisuales y digitales”. Asimismo, se conformó un grupo heterogéneo con el propósito de saldar viejas deficiencias de la especialización universitaria y sumar esfuerzos para la consolidación de una “comunidad de aprendizaje” que, en su funcionamiento operativo, facilitara el proceso e intercambiara conocimiento en cada fase, de tal manera que el resultado final excediera el aporte efectuado por cada uno de los asociados. Periodistas, educadores, sociólogos, diseñadores gráficos, fotógrafos, comercializadores, artistas y ciudadanos se apropiaron del trabajo, entendido este como la condición sin igual que permite ubicarse siempre un paso por delante de lo que se construye, para ovillar las trayectorias y los objetivos comunes del equipo.

Bajo esta concepción, se redactaron las bases de un proyecto periodístico integral cuyo desenvolvimiento está regido por relaciones horizontales y democráticas para la planificación, desarrollo y toma de decisiones colectivas. Una propuesta asociativa preocupada por fomentar los principios y las prácticas del modelo cooperativo, con la puesta en valor de su historia centenaria y la comunicación de las experiencias exitosas, y que, por otra parte, tuviera en cuenta la participación de la comunidad del territorio en el que se emplaza, abriéndose camino frente a la monopolización de la comunicación y la información, para que muchas más voces puedan ser escuchadas.

Se conformó un grupo heterogéneo con el propósito de saldar viejas deficiencias de la especialización universitaria y sumar esfuerzos para la consolidación de una “comunidad de aprendizaje” que, en su funcionamiento operativo, facilitara el proceso e intercambiara conocimientos en cada fase.

Hubo muchas idas y varias vueltas, entre ellas los 500 días de trámites administrativos y burocráticos que se necesitaron para la obtención de la matrícula brindada por el organismo público encargado de legislar, controlar y promover la economía social con respecto a las cooperativas y mutuales (INAES), obtenida en los meses de octubre-noviembre de 2011. Pero esta es otra historia.

A SOLTAR LA TABA EN EL AIRE

La expectativa por hacer circular la primera herramienta comunicativa no se hizo esperar

demasiado. A la par de las gestiones societarias, se avanzó en el diseño y la redacción del número cero de un medio gráfico vecinal con distribución gratuita en la Comuna N°7 (Parque Chacabuco-Flores) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En las reuniones de equipo donde se trabajó la edición previa de la revista, se proyectó el objetivo futuro de ser la primera revista cooperativa con distribución gratuita en toda la ciudad.

En este contexto nació *Revista La Taba*, en los primeros días de noviembre de 2011, para publicar las acciones referidas al trabajo comunitario de las instituciones y organizaciones de la zona, con la difusión de las actividades y encuentros que se llevan a cabo mensualmente en la comuna.

A corto plazo, se acordaron mecanismos de vínculo con los lectores a través de la apertura de diferentes canales de comunicación y el fortalecimiento del nivel de conocimiento público de las pequeñas y medianas empresas por medio de una estrategia de red comercial. Desde luego, en el tránsito por esta vereda, las metas fueron mucho más ambiciosas, debido a que el proyecto quedó comprendido en cuatro ejes: gráfico, audiovisual, digital e institucional. Se iniciaron las gestiones para

Se proyectó el objetivo futuro de ser “la primera revista cooperativa con distribución gratuita en toda la ciudad”. En este contexto nació *Revista La Taba*, para publicar las acciones referidas al trabajo comunitario de las instituciones y organizaciones de la zona, con la difusión de las actividades y encuentros que se llevan a cabo mensualmente en la comuna.

transmitir radio por Internet y se realizaron los trámites para inaugurar un portal web que incluyera noticias de interés público e informes especiales en soporte audiovisual con una actualización de tipo semanal.

Si actualmente realizamos el ejercicio de mirar hacia atrás, al camino recorrido en estos primeros diecisiete meses de trabajo, resulta trascendente destacar el aporte teórico-práctico que efectuamos al campo en construcción de la economía social. Porque pudimos definir entre todos y todas que:

En las experiencias de la comunicación solidaria el valor del medio no se sustenta por el tipo y la calidad del mensaje que se pone en circulación, sino que más bien el valor del mensaje se sostiene ante todo por la propia organización colectiva del medio y los principios y valores que lo sustentan en su funcionamiento ordinario².

DETRÁS DE LA RED ASOCIATIVA

Con el correr de las ediciones, se fueron incrementando las relaciones públicas con los actores sociales relevantes de la comuna, mediante un trabajo de hormiga que apuntó al fortalecimiento de una red sin precedentes en el territorio mencionado. Esta red, asimismo, permitió la edición autogestionada del medio y contribuyó a reforzar el sentido solidario de esta iniciativa de interés social para toda la comunidad vecinal.

Un gran acápite merece la organización de las primeras actividades organizadas para la comunidad en septiembre de 2012, que consistieron en la inauguración de una muestra de fotografías denominada “Cuerpos en Obra”, el diseño participativo de las tapas de la revista junto a “Casa Flores” -una institución pública que contiene a jóvenes en recuperación de adicciones-, y variados juegos al

aire libre en el Parque Chacabuco junto a la Cumbre de Juegos Callejeros (CUJUCA).

Los puntos de encuentro cotidiano con los lectores y lectoras pasaron a ser los “centros de distribución”, que se ubicaron en zonas estratégicas tales como comercios, instituciones públicas y organizaciones que adhirieron al proyecto cooperativo. Cabe destacar el apoyo recibido por parte de los centros culturales dependientes del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (C.C. Adanbuenosayres y C.C. Marcó del Pont), el Centro de Gestión y Participación Comunal N°7 y el espacio del Consejo Consultivo de la misma comuna, que brindaron mucha información pertinente e hicieron espacio para que la distribución del medio fuese cada día más efectiva. También los apoyos institucionales recibidos por parte del Centro para el Desarrollo de la Economía Social en América Latina (CEDESAL) y el Instituto Movilizador de Fondos Cooperativos (IMFC) alentaron la dinámica de trabajo de la revista y el sostenimiento del perfil asociativo asumido desde los inicios de la experiencia. Por otra parte, con la asociación comercial de la “Cooperativa de Trabajo Peluqueros y Estética Buenos Aires Ltda.”, popularmente conocida como “Amazonas Urbanas” en el barrio de Flores (Av. Rivadavia 6255), se logró el puntapié inicial de la citada red. Este tipo de casos exitosos de empresas recuperadas por sus trabajadores se incorporaron como tema de la “agenda”, para multiplicar el nivel de conocimiento vecinal, aún a sabiendas de las dificultades que estos ejemplos encierran en los vericuetos de la gestión.

En otro orden de cuestiones, el ingreso al banco cooperativo canalizó la participación activa en la Comisión de Asociados de la filial Parque Chacabuco, un ámbito propicio para la comunicación de los temas y las acciones del Movimiento Cooperativo y de nuestra en-

² Zuker (2012).

tividad en especial.

En síntesis, la enumeración de las acciones llevadas a cabo ejemplifica el compromiso de la Cooperativa de Trabajo La Tabla Ltda, que se mostró como un actor genuino del territorio y asumió la construcción de una red asociativa, tejida solidariamente, en la comuna.

LA EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO

Mientras que el proyecto crecía mes a mes y la red institucional y comercial sumaba nuevos integrantes, llegó una propuesta educativa a mediados de 2012. El Centro de Formación Profesional N°24 de Flores (Morón 2540) invitó a los integrantes de la entidad a formar parte del curso “Periodismo gráfico”, dirigido a todas las personas interesadas en el aprendizaje del periodismo escrito y el desarrollo de prácticas profesionales en una revista de carácter institucional. El vínculo había comenzado anteriormente, ya que la cooperativa participaba dos veces al año de la “Feria de Artigas”, un espacio de producción, distribución y consumo de bienes y servicios de la economía social y trato directo con emprendedores de la zona de influencia. El convite fue mucho más atractivo teniendo en cuenta la localización de la escuela, dentro de la misma comuna, y la especialización en economía social, trayecto en el que venían haciendo hincapié durante el último tiempo. La tarea urgente se centró entonces en la revisión integral del programa curricular y en la profundización de una orientación hacia la práctica en torno a las herramientas elementales de la escritura periodística: ¿Cómo identificar los géneros de la prensa escrita? ¿Cuáles son las variantes que asume el carácter de la información? ¿Cómo es posible definir las diversas fases que componen la edición de un medio gráfico? Este abanico de preguntas fue de vital importancia a la hora de abrir la discusión hacia las nuevas

tendencias y soportes del periodismo en el siglo XXI, como así también a las atribuciones que configuran las funciones y el rol del periodista como un trabajador y profesional de la comunicación social.

Por otro lado, las deliberaciones acaloradas producto de los intercambios con los estudiantes permitieron insertar el rol de la “economía social” y la sostenibilidad de sus medios en el nuevo escenario de la comunicación post Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA) y la falta de regulación específica alrededor de los medios gráficos. Dicha relación trajo como consecuencia la realización conjunta de la primera “Feria de la Cooperación en Flores”, el pasado 6 de julio en la Plaza Flores a propósito de las celebraciones por el “Día Internacional del Cooperativismo”, a cuya organización se sumaron variadas entidades de la economía social de la comuna.

HAY VECES QUE EL ESTADO RECONOCE

En el mes de marzo de 2013, una buena noticia emocionó a los integrantes del colectivo, por el reconocimiento oficial que acarrea y por el valor simbólico que representaba para la continuidad del medio en la lucha por un mejor posicionamiento en el barrio. Desde el despacho del legislador Edgardo Form se anunciaba que la revista había sido declarada de “interés cultural y en materia de comunicación social” por la Legislatura de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Además, se invitaba a participar de un acto el 29 de julio de 2013 en el Salón Montevideo de la Legislatura, en el cual participarían la senadora Liliana Fellner (presidenta de la Red Nacional de Parlamentarios Cooperativistas), el Dr. Ariel Guarco (presidente de la Confederación Cooperativa de la República Argentina), el dirigente Edgardo Form (diputado de la Ciudad de Buenos Aires) y la cooperativa El

Hogar Obrero.

La situación gratificante se formalizaba en el marco de una difícil gestión por el acceso de la revista al Registro de Medios Vecinales de la Ciudad de Buenos Aires, un organismo estatal que ordena y reconoce la tarea de los medios porteños a través de la asignación de la pauta publicitaria del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

DESAFÍOS PRÓXIMOS Y REFLEXIONES FINALES

Las expectativas de trabajo a futuro se dirigen a la ratificación de los propósitos fundadores de la cooperativa y a la extensión del proyecto periodístico gráfico a otras comunas porteñas.

Por otra parte, resulta útil manifestar que la LSCA no tiene facultades para la regulación del sector gráfico; de igual modo, el grupo considera que aún así la ley revitalizó la discusión sobre el papel de los medios de comunicación en la escena pública y generó un espacio para la legitimación de muchos proyectos mediáticos. En particular, sobre los emprendimientos de la economía social, se puntualiza la necesidad de informar a la

sociedad que otra identidad puede ser posible, soportada por relaciones interpersonales no jerárquicas en las que la personalidad de la organización es una cualidad diferencial frente a otro tipo de organizaciones de la sociedad civil.

La LSCA no tiene facultades para la regulación del sector gráfico; aún así, revitalizó la discusión sobre el papel de los medios de comunicación en la escena pública y generó un espacio para la legitimación de muchos proyectos mediáticos.

Estas palabras refuerzan los principios y valores de la economía social y contribuyen a la multiplicación de experiencias asociativas que asumen actualmente el compromiso de practicar un rol vector en la reconstrucción del sistema de medios argentino.

Por todo ello, la Cooperativa de Trabajo La Tabá Limitada aspira a mostrar que otro modelo de comunicación es posible de lograr en el país.

BIBLIOGRAFÍA

Zuker, Fernando Javier. *Nuestro mensaje es el medio: aportes de la comunicación solidaria hacia un nuevo paradigma que ponga patas para arriba los modelos que dominaron el sistema de medios en los últimos cincuenta años de historia*. Buenos Aires: Centro de Estudios para el Desarrollo de la Economía Social en América Latina (CEDESAL), 2012.



DATOS INSTITUCIONALES:

Cooperativa de Trabajo La Tabá Ltda.
Av. Vernet 174 PB "5" CABA (1424)
(+54 11) 2067-2488 / info@cooperativataba.com.ar