

Trabajo voluntario y compromiso en una red de consumidores y productores autogestionados

CYNTHIA SRNEC¹

Resumen

Numerosas experiencias de trabajo autogestionado que crecieron en la Argentina desde el 2001 se integraron y vincularon a través de diversos tipos de redes en todo el país como redes de productores y comercio justo, de empresas recuperadas por sus trabajadores y trabajadoras, y cooperativas, entre otras. La naturaleza y la variedad de relaciones al interior de estas presenta un campo de exploración de interés social dado que movilizan principios de solidaridad y autogestión para su organización comercial y su dirección política. En este artículo se hace énfasis en analizar la cuestión de la membresía y su compromiso dado que representan los fundamentos de la participación en las organizaciones. A fin de indagar los sentidos construidos y las representaciones sociales en torno a la participación en redes de consumidores y productores autogestionados, se ha realizado una investigación de tipo cualitativa. En este trabajo, se presentan resultados de un estudio de caso sobre una red que nuclea a consumidores, emprendedores y cooperativas del Área Metropolitana de Buenos Aires. Se concluye que el débil balance entre la cantidad de miembros y los voluntarios para ejecutar las tareas que garantizan su funcionamiento se vincula con la adhesión a los valores y el involucramiento y la identificación comunitaria a través de los espacios de socialización.

Palabras clave: autogestión, redes, participación, cooperativas, emprendimientos productivos solidarios

Artículo arbitrado
Fecha de recepción:
22/01/2018
Fecha de aprobación:
28/02/2018

Revista *Idelcoop*, N°
224, Trabajo voluntario
y compromiso en
una red de consumi-
dores y productores
autogestionados

ISSN 0327-1919. P.
133-153 / Sección: Ex-
periencias y Prácticas

¹ Magíster en Ciencias Sociales del Trabajo y Socióloga por la Universidad de Buenos Aires. Profesora adjunta de la Facultad de Ciencias Económicas, Centro de Estudios de Sociología del Trabajo, Universidad de Buenos Aires. Correo electrónico: csr nec@econ.uba.ar.

Resumo

Trabalho voluntário e comprometido com uma rede de consumidores e produtores autogestionados

Numerosas experiências de trabalho autogestionado, que acrescentaram o seu número na Argentina de 2001, integraram-se e se vincularam a través de diversos tipos de redes no país todo, como redes de produtores e comércio justo, de empresas recuperadas pelos trabalhadores e cooperativas, entre outras. A natureza e a diversidade de relações ao interior destas apresenta um campo de pesquisa vinculado ao interesse social, vez que mobilizam princípios de solidariedade e autogestão para sua organização comercial e sua direção política. Neste artigo tem destaque a análise do fato de serem membros comprometidos, situação que simboliza os fundamentos da participação nas organizações. Para fim de indagar os sentidos construídos e as representações sociais, em torno da participação nas redes de consumidores e produtores autogestionados, tem se realizado uma pesquisa de tipo qualitativa.

Nesse trabalho se apresentam resultados de um estudo de caso sobre uma rede que nucleia a consumidores, empreendedores e cooperativas do Área Metropolitana de Buenos Aires. A conclusão foi que o fraco balanço entre a quantidade de membros e os voluntários prestos para as tarefas a serem executadas, garantindo o seu funcionamento, tem vinculação com a internalização dos valores e o fato de se envolver e se identificar comunitariamente por meio dos espaços de socialização.

Palavras-chave: Autogestão. Redes. Participação. Cooperativas. Empreendimento Produtivos Solidários

Abstract

Voluntary work and commitment in a self-managed network of consumers and producers

Numerous experiences of self-managed work that grew in Argentina since 2001 were integrated and linked through diverse types of networks throughout the country as networks of producers and fair trade, networks of worker-recovered enterprises and cooperatives, among others. The nature and variety of relationships within them presents a field of exploration of social interest as they mobilize principles of solidarity and self-management for their commercial organization and political direction. In this article, emphasis is placed on analysing the issue of membership and its commitment gi-

ven that they represent the foundations of participation in organizations. In order to investigate the constructed senses and the social representations around the participation in networks of self-managed consumers and producers, a qualitative research has been carried out. In this paper we present the results of a case study about a network that integrates consumers, entrepreneurs and cooperatives from the Metropolitan Area of Buenos Aires. It is concluded that the weak balance between the number of members and volunteers to perform the tasks that guarantee its functioning is related to the adherence to values and community involvement in socialization spaces.

Keywords: *self-management, networks, participation, cooperatives, productive undertakings*

INTRODUCCIÓN

Dentro del amplio campo de estudios sobre emprendimientos autogestionados vinculados a la economía social y solidaria (en adelante ESyS), las redes han suscitado interés desde diversas perspectivas de las ciencias sociales. Estas pueden entenderse como redes de contactos personales (redes sociales), como colaboraciones económicas entre organizaciones (redes de fines operacionales) y como asociaciones representativas de actores (redes políticas).²

En la Argentina, a partir de la crisis de 2001, han emergido numerosas experiencias autogestionadas colectivas e individuales mayormente como medios de creación de bienes y servicios para su intercambio, trueque y consumo directo. Muchas de estas experiencias se integraron y vincularon a través de diversos tipos de redes de ESyS (sectoriales, territoriales y de colaboración público-privada).³ La naturaleza y la variedad de relaciones al interior de ellas presenta un campo de exploración de interés sociológico dado que reúne ejes de indagación clásicos de la disciplina: la solidaridad, el poder, la legitimidad y la cohesión, entre otros.

El comercio justo se origina con la práctica de los consumidores norteamericanos y europeos de retribuir con un precio justo a los productores de países periféricos. A través de la eliminación de intermediarios, establecieron un intercambio más directo y sin fines de lucro, con el objetivo de mejorar las condiciones de vida de los productores

agropecuarios.⁴ En el caso que se analiza aquí, la apelación al comercio justo rescata la retribución justa a los productores, la conciencia de parte de los consumidores de su responsabilidad como parte del circuito comercial y su apuesta por la eliminación de intermediarios.

En las organizaciones de ESyS que realizan comercialización y distribución de productos, sus miembros se destacan por una motivación moral o política que sustenta su trabajo como una militancia social. Varias de ellas surgieron como resultado de inquietudes de asociaciones de militancia que organizaron un emprendimiento productivo o comercial que se convirtió luego en una fuente laboral. Dentro del campo de organizaciones de la ESyS, entre el 2003 y 2017, se registraron en Buenos Aires al menos diez organizaciones de comercialización y distribución de productos a domicilio, algunos de esos casos se han inscripto como cooperativas de trabajo o de consumo.⁵ Asimismo, en el mismo período, se han extendido nuevas experiencias de comercialización o distribución de productos propios y de otros productores bajo diversas modalidades en locales propios a consumidores individuales o asociados.⁶

⁴ Gendron, Bisailon y Torres (2009), Blanchet y Carimtrand (2012).

⁵ Hacia fines de 2017, ocho de estas experiencias –en su mayoría inscriptas como cooperativas– continuaban realizando entregas a domicilio de particulares o de grupos de consumidores en la Ciudad de Buenos Aires y alrededores (estas son: Cooperativa Caracoles y Hormigas, Puente del Sur, La Minga Sembramos Autogestión, Colectivo Solidario, Misión MECOPO Mercado de Consumo Popular, Consol Cooperativa Consumo Solidario, Cooperativa de Trabajo Iriarte Verde y Alimentos Cooperativos). Del resto, se registró que recientemente una ha cesado de realizar envíos a domicilio, aunque sigue comercializando en mercados y ferias (este es el caso de la Cooperativa La Asamblea), y otra se había disuelto pero sus productores continuaban comercializando en ferias y a través de diversas organizaciones autogestionadas (la Red de Economía Social Tacurú).

⁶ En este trabajo, se diferencian las organizaciones que realizaban entregas a domicilio de las dedicadas a la comercialización en ferias de ESyS, mercados, almacenes o locales –propios o compartidos– en la Ciudad de

² Provan, Fish y Sydow (2007), Cefaï (2011), Forni y Barreiro (2004), Hinestroza (2015), Zerdani y Bouchard (2016).

³ Estudios previos de diversas experiencias de ESyS en general se centraron en caracterizaciones y abordajes descriptivos y exploratorios sobre las nuevas redes. Véase Cortiñas *et al.* (2016); Fallacara (2013); Forni y Barreiro, *op. cit.*; García Guerriero (2010); Pereira, Muñoz y Fernández Vilchez (2009); entre otros.

1. PRESENTACIÓN DEL MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGÍA

En las empresas privadas y estatales, los trabajadores y las trabajadoras ocupan un lugar relegado en la definición de los modos de distribución del trabajo y de los ingresos, así como de las promociones profesionales y la inserción en los mercados. En las organizaciones de propiedad colectiva, como las cooperativas y asociaciones sin fines de lucro, la membresía permite a los asociados participar en decisiones y acciones en las dimensiones antes mencionadas. La participación de los miembros de organizaciones democráticas en las asambleas ordinarias y extraordinarias refleja la intensidad de su vida cotidiana societal y dota de legitimidad a su gobierno y dirección. A su vez, la participación muestra la gama de compromisos e involucramientos con los objetivos de la organización y con el conjunto de socios.⁷

Según Joëlle Zask,⁸ la participación implica tres registros de acción: tomar parte (implicarse en una actividad común), contribuir y recibir un beneficio que responda a las necesidades o a las expectativas del individuo y le permita acceder a algo valorado en su ambiente social. La posibilidad de la contribución permite resaltar la democratización de los grupos organizados. Los aportes de los individuos deben ser, en primer lugar, elementos tangibles que se integren a las experiencias del grupo y, a su vez, permitan la incorporación de nuevas propuestas. La constatación de sus consecuencias empíricas en la vida grupal aporta una evidencia de la calidad de estas contribuciones que no son posibles en el caso de los aportes mecáni-

Buenos Aires (como por ejemplo, el Mercado Solidario Bonpland –Palermo–, el Galpón –Chacarita–, el almacén Jefe’a –Almagro–, la feria Mercado Posta –Flores– la feria de ESyS en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA –Constitución– o la cooperativa La Yumba –cuenta con diez locales en varios barrios–, entre otros).

⁷ Rothschild y Whitt (1989), Zask (2011).

⁸ Zask, *op. cit.*

Cuando las estructuras socioinstitucionales de las organizaciones permiten que las personas realicen una contribución en su acción participativa, estamos ante una forma de participación que posibilita el cambio social. Desde esta perspectiva interaccionista, el cambio social es posible a partir de la introducción del individuo con capacidad de influencia en las organizaciones locales, a diferencia de las perspectivas del determinismo estructuralista.

cos, inconscientes o involuntarios. Cuando las estructuras socioinstitucionales de las organizaciones permiten que las personas realicen una contribución en su acción participativa, estamos ante una forma de participación que posibilita el cambio social.⁹ Desde esta perspectiva interaccionista, el cambio social es posible a partir de la introducción del individuo con capacidad de influencia en las organizaciones locales, a diferencia de las perspectivas del determinismo estructuralista.

Estos tres registros de la práctica de participación pueden ser analizados a partir de la observación de las interacciones y los discursos situados. Las lógicas de acción organizacional son la porción no instituida de las relaciones sociales que estructuran el mundo social. Estas pueden ser, por ejemplo, el regateo, las relaciones conflictivas, las alianzas y negociaciones.¹⁰ La participación, como cualquier

⁶ Ídem.

¹⁰ Giraud (2011).

otra acción social, es realizada en un marco de interacción y atravesada por representaciones sociales que pueden ser compartidas o estar en tensión entre diversos grupos. El concepto de representaciones sociales tiene sus orígenes en el de representaciones colectivas que Emile Durkheim¹¹ desarrolló para analizar un tipo de fenómenos que tiene su origen en el entramado de relaciones sociales que establecen los individuos en una sociedad. Las representaciones colectivas integran a todas las producciones humanas. Estas se producen a través del intercambio de acciones que realizan los individuos como colectividad y se constituyen en hechos sociales que sobrepasan y se imponen al individuo. Las propiedades individuales, al sumarse en la colectividad, pierden su especificidad y se constituyen en fenómenos eminentemente sociales, de esta manera, Durkheim enfatiza el carácter homogéneo de las representaciones colectivas. Por el contrario, Serge Moscovici¹² atribuye a las representaciones un carácter heterogéneo y no consensual, como una forma de conocimiento compartido socialmente, y las caracteriza como representaciones sociales. Estas, entonces, son una forma específica de conocimiento, socialmente construido y compartido grupalmente, que es englobado en la categoría de sentido común. Esta forma de conocimiento surge de la experiencia de las personas y su función es servir de guía para interpretar la realidad y actuar en la vida cotidiana.¹³

La estrategia de investigación emprendida en este trabajo se asienta en la tradición de observación participante en fábricas y organizaciones que se inició con la Escuela de Chicago en Estados Unidos¹⁴ y cuenta con numerosos

ejemplos en Francia.¹⁵ El trabajo de Joyce Rothschild y J. Allen Whitt¹⁶ ha sido pionero en el análisis de organizaciones de trabajo autogestionado en países fuera del espacio de influencia de la URSS. En Argentina, la investigación social sobre el trabajo autogestionado se inicia con el fenómeno de empresas recuperadas por sus trabajadores (ERT) a partir del 2002.¹⁷ Esta investigación se ha guiado por un enfoque cualitativo y se ha valido de una estrategia de triangulación múltiple por la combinación de prácticas metodológicas, materiales empíricos y perspectivas con el objeto de “asegurar una minuciosa comprensión” del fenómeno en cuestión¹⁸ a partir de la realización de un estudio de caso.¹⁹ El diseño de la investigación ha sido flexible,²⁰ lo cual ha permitido integrar las etapas de investigación y guiar la recolección de datos de acuerdo con los significados emergentes del trabajo de campo, del análisis documental y de los resultados preliminares a lo largo del proceso. La recolección de la información se realizó entre 2014 y 2017 mediante la técnica de observación participante, entrevistas a participantes y ex miembros, y el análisis documental.²¹

2. UNA RED DE PRODUCTORES Y CONSUMIDORES

El caso de estudio que aquí se presenta se denominará Red Enjambre,^{*22} una organiza-

¹⁵ Bernoux, Motte y Saglio (1973), Rot (2006), Weil (1951), entre otros.

¹⁶ Rothschild y Whitt, *op. cit.*

¹⁷ Véase Fajn (2003), Fernández Álvarez (2006), Programa Facultad Abierta (2003), Rebón y Saavedra (2006), entre otros.

¹⁸ Denzin y Lincoln (2005).

¹⁹ Yin (2009).

²⁰ Maxwell (1996).

²¹ Ver cuadro de metodología en el anexo.

²² Los nombres de las organizaciones y de las personas vinculadas han sido modificados para resguardar la confidencialidad pactada para la realización de la investigación. Se utilizará un asterisco (*) para señalar por primera vez cada pseudónimo de una organización integrada o vinculada al caso de estudio.

¹¹ Durkheim (2003).

¹² Moscovici (1986).

¹³ Jodelet (2011).

¹⁴ Burawoy (1979), Roy (2006), Hughes (1958), entre otros.

ción de productores y consumidores que se autodefinía bajo los principios organizacionales e ideales de la economía social y solidaria y del comercio justo. Estos principios eran mencionados en folletos de difusión, en su sitio de internet y expresados en entrevistas en radios:

La red de economía solidaria es una herramienta de organización y discusión colectiva. Es un espacio abierto para el encuentro entre productores y consumidores en busca de construir lazos de economía social solidaria.²³

La misma fue fundada en el 2006 por militantes de dos movimientos sociales de Buenos Aires y por estudiantes de la Universidad de Buenos Aires. En sus inicios, la integraron dos agrupaciones de investigadores, docentes y estudiantes de Ciencias Sociales interesados en la ESyS, quienes aunaron una práctica académica con otra social-política. En los primeros años, las agrupaciones universitarias representaban el rol de consumidores comprometidos y participantes en la red, mientras que los miembros de movimientos sociales el rol de productores participantes, al que se sumaron luego otros emprendimientos productivos autogestionados. La actividad principal que realizaba era la venta de productos alimenticios y de consumo para el hogar de productores autogestionados a grupos de consumidores (que denominaban núcleos de consumo). La mayor parte de los productos eran alimentos frescos y no perecederos, también había del rubro de limpieza, textil y libros. Los núcleos de consumo estaban compuestos por familias, grupos de amigos o de trabajo. La red difundía por internet la oferta de cada mes y por correo electrónico recibía los pedidos que eran entregados solamente en la Ciudad de Buenos Aires. La red invitaba a todos los productores y los consumidores a

En 2015, la red se componía de 22 “productivos”, que representaban a aproximadamente cien trabajadoras y trabajadores. Del total de “productivos”, la mitad participaba en las actividades y contribuía regularmente con las tareas, algunas de las cuales tenían periodicidad mensual y, otras, quincenal.

participar en las actividades regulares como las ferias en las que ofrecían sus productos y a reuniones de discusión del proyecto que se realizaban en su sede en la Ciudad de Buenos Aires. Sus objetivos eran practicar y promover la extensión de relaciones más estrechas entre productores y consumidores bajo una lógica colectiva, solidaria y responsable. La propuesta de la red buscaba sostener una postura de sustentabilidad social y ecológica, es decir, responsable con el medio ambiente y la sociedad guiada por valores de inclusión y solidaridad. El consumo habitual era considerado un acto político que apoyaba y validaba el modelo sociopolítico y económico capitalista. La propuesta de la red era presentada como una alternativa de oposición y que propendía a los principios del buen vivir.²⁴

Entre los miembros de la red, el valor principal compartido era la autonomía, que se expresaba, por un lado, en la práctica política no partidaria y en la horizontalidad como forma de distribución y ejercicio del poder. Por ello, sus miembros no formalizaron la red bajo ninguna figura jurídica ni ha sido su objetivo registrarse como cooperativa. A

²³ Red Enjambre, folleto de difusión, 2008.

²⁴ Hinkelammert y Jiménez (2009).

lo largo de su historia, conservaron su independencia respecto del Estado y otras organizaciones político-partidarias, por lo que no se buscó fortalecer sus acciones con recursos provenientes del Gobierno. Esta autonomía refería también, por otro lado, a la actividad de producción, distribución y consumo de los productos del trabajo, al rechazar el intercambio y las vinculaciones con organizaciones con fines de lucro.

Los productores autogestionados, de manera individual o colectiva (por ejemplo, grupos de trabajadores asociados o cooperativas de trabajo), eran quienes ofrecían sus productos regularmente a través de la red. Cada colectivo o trabajador autogestionado individual era considerado una unidad productiva y designado como "productivo".²⁵ Los "productivos" eran los principales miembros de la red y, como tales, considerados los actores participantes de su animación y responsables de su funcionamiento. Todas las actividades de la red eran desarrolladas por productores y consumidores de manera voluntaria. En 2015, la red se componía de 22 "productivos", que representaban a aproximadamente cien trabajadoras y trabajadores. Del total de "productivos", la mitad participaba en las actividades y contribuía regularmente con las tareas, algunas de las cuales tenían periodicidad mensual y otras, quincenal. Las tareas organizativas básicas para su funcionamiento eran: la recepción de órdenes de compra y consultas de los consumidores, la contabilidad y el stock, la redacción de un boletín mensual, la organización de los productos para los pedidos y su distribución (entrega a domicilio), la venta en ferias de comercio justo y la participación en reuniones de organización interna y con otras entidades con las cuales compartían espacios de ferias y en la sede donde guardaban los productos y otros elementos.

²⁵ Se utiliza el entrecomillado para términos y frases textuales de los actores.

En la Red Enjambre, se rechazaba el modelo de distribución y comercialización organizado y controlado principalmente por intermediarios que no eran productores. Los miembros percibían diferencias entre el modo de perseguir sus ideales comunes y el de otros grupos que habían constituido cooperativas de trabajo para realizar la distribución y la comercialización de productos de la ESyS.

Dado que también se ofrecían productos de otros colectivos autogestionados y de movimientos sociales de distintas provincias que no participaban en su organización, la red se mantenía en comunicación con otras organizaciones que se los proveían. Esta función de intermediaria suscitaba un intercambio con actores de la ESyS que intervenían en la ciudad y con otros de regiones lejanas. A través de estos intercambios y del encuentro con otras organizaciones en ferias y reuniones socioculturales, se reforzaba su reconocimiento como actor de la ESyS.

3. LA ORGANIZACIÓN: ESTRUCTURA Y DIMENSIÓN SIMBÓLICA

Nosotros no queremos ser una distribuidora (...). La esencia de la red no es que haya intermediarios.

Sol, productora autogestionada

En la Red Enjambre, se rechazaba el modelo de distribución y comercialización organizado y controlado principalmente por intermediarios que no eran productores. Los miembros

percibían diferencias entre el modo de perseguir sus ideales comunes y el de otros grupos que habían constituido cooperativas de trabajo para realizar como actividad laboral remunerada la distribución y la comercialización de productos de la ESyS. Los miembros que habitualmente realizaban las tareas operativas, es decir, los participantes de la red, no recibían una remuneración por este trabajo que era realizado de manera voluntaria y, mayormente, *ad honorem*. Ante la falta de suficientes voluntarios, en varias ocasiones pusieron en funcionamiento mecanismos de incentivos y de retribución al trabajo en las tareas operativas y de comercialización. Durante algunos meses, se establecieron dos sistemas de retribución de las tareas, los cuales fueron luego discontinuados. Uno consistía en bonos para compras internas de acuerdo con la cantidad de tareas realizadas (2011) y, el otro, en un monto en dinero para quienes cumplieron un rol como coordinadores de la administración (por un corto período en 2013 y luego replicado en 2015). Las retribuciones estipuladas eran una forma de reconocimiento al trabajo como contribución, pero no eran pensadas como un salario para personas que se encargasen a tiempo completo y que monopolizasen las tareas. Rechazaban convertirse en un grupo cuyos ingresos principales para vivir proviniesen del trabajo de producción ajeno y fomentaban el compromiso de todos los productores con su sostenibilidad. Por ello, fue un tercer y distinto mecanismo de reconocimiento de las contribuciones el que se mantuvo durante la mayor cantidad de tiempo por ser equitativo, flexible a la disponibilidad de cada “productivo” y transparente. Este mecanismo incorporaba también un incentivo al compromiso. Consistía en aplicar un descuento en el porcentaje que entregaban a la red los productores activos. A todos los productos ofrecidos al público se les adicionaba un porcentaje que recaudaba la red para sus gastos

operativos y que era descontado a la hora de pagar las ventas a cada “productivo”. Se estableció un porcentaje menor de descuento para todos los “productivos” que mensual o quincenalmente realizaban alguna tarea:

Dentro de los productivos que conformamos parte de la red, algunos participamos más activamente y otros no. Nosotros dejamos un aporte por cada producto que vendemos para el sostenimiento de la red, aquellos que participamos activamente dejamos un 15% y los que no están participando activamente dejan un 30%.²⁶

Los participantes, productores o consumidores “activos” se beneficiaban también, desde el 2014, en las compras internas, podían adquirir los productos de sus compañeros al precio de costo. Los miembros activos entre 2013 y 2016 eran mayormente trabajadores y trabajadoras de “productivos” que se auto-definían y representaban como productores y promovían la autogestión por la vía productiva. De hecho, si algún consumidor se acercaba interesado en la actividad de la red y en su proyecto, era invitado a participar y a ofrecer un servicio o productos elaborados por sí mismo, es decir, a volverse productor. Sentirse y ser reconocido como miembro y productor se hallaba, en primer lugar, en relación con la participación en las tareas operativas. En segundo lugar, la práctica de participación se manifestaba en representar y difundir la experiencia, y en tomar la palabra para defender y sostener los valores centrales y posiciones de la red en público y en su interior.

Hemos observado la fuerza que tienen estos valores como la base del funcionamiento de la organización en las ocasiones en que han sido puestos en duda por integrantes, nuevos

²⁶ Celeste, entrevista (2014).

Cuadro 1. Configuración organizacional de la red

| | |
|----------------------|--|
| Objetivo | - Garantir la reproducción de la vida mediante relaciones de reciprocidad. |
| Valores | -Autonomía política y económica. -Trabajo autogestionado. |
| Espacios de decisión | -Asamblea mensual. -Plenario anual. -Actividades semanales (informal). |
| Representantes | -Una persona por productivo y núcleo de consumo. |
| Ejercicio del poder | -Horizontal (formal). -Liderazgos informales. -Información compartida constante y de libre acceso. |

Fuente: Elaboración propia.

o con menor implicación cotidiana. Por ejemplo, en una de las asambleas mensuales, un productor propuso diseñar una estrategia comercial más ofensiva a fin de incrementar la captación de consumidores y menos centrada en el consumo responsable. Lalo expresó:

[Propongo que funcione] como una buena empresa, como una empresa que... iría más por generar un listado de preceptos operativos de la red y yo estoy... iría a visitar a las personas una por una y tener una charla de 10, 15 minutos en su casa o donde quiera, en la puerta y explicarles preceptos de corte máxima de empresa. (...) Para mí, estamos idealizando un mundo y es dársela contra la pared y no saber cómo actuar. Y estas personas... están fabricadas. Están construidas para operar de una determinada manera, están programadas para... es como entrar al internet, al mail, y una planilla para llenar. No, lo siento. Para mí, son compradores, para mí son clientes. Y yo personalmente necesito que haya más clientes y que consuman. No busco otra cosa. Entonces, ¿cómo funciona esa cabecita consumidora? Mal que nos pese son clientes, tratarlos como

niños, ponerles colores y es un poco los que nos están exigiendo desde un lugar del que no se van a correr. Y aparte porque tienen otras ocho millones de cosas que hacer.²⁷

La propuesta de Lalo se enfrentó con la opinión de la mayoría de los participantes, que defendieron la concepción de un consumidor y de un productor responsables: "Yo no estoy de acuerdo. Si estoy acá es porque no creo que haya que tratarlos como niños".²⁸ Para el grupo más participativo, el desempeño comercial no constituía el objetivo principal, sino la construcción de una dinámica social en torno al intercambio, el consumo y la producción basada en relaciones de reciprocidad, cara a cara y horizontales. Los participantes compartían una visión sobre la autogestión y el trabajo cooperativo que se oponía a las cooperativas de consumo masivas: "Los grupos tienen que ser pequeños, para organizarse mejor ¿para qué hacer una cooperativa de doscientas personas?

²⁷ Asamblea mensual, septiembre (2015).

²⁸ Esteban, Asamblea mensual, septiembre (2015).

Cuadro 2. Representaciones, sentidos y valores atribuidos en las acciones en la Red

| | Representaciones sobre acción | Sentidos y valores ideales atribuidos |
|---------------|---|--|
| Participación | Tomar parte en acciones de organización, producción y distribución. Contribuir en asambleas. | Disposición, trabajo productivo. |
| Membresía | Pertenencia por participación regular, afinidad personal o propuesta adecuada del emprendimiento. | Confianza, solidaridad, reciprocidad. |
| Grupo | Miembros participantes regulares, comprometidos, unidos por afinidad y amistad, coincidencia en visión del mundo y valores. | Amistad, afinidad, compromiso. |
| Consumidor | Comprar es una acción de compromiso y valoración del trabajo del productor. Relacionarse a través de la compra o al acercar envases es una oportunidad de relación social, de conocimiento mutuo. | Comprometido, participativo, en comunicación, con consciencia crítica sobre las relaciones dominantes de producción y consumo. |
| Productor | Autogestionado, proyecto no guiado por lógica de lucro, sin afectar el medio ambiente o la salud humana. | Comprometido, participativo, con consciencia crítica sobre las relaciones dominantes de producción y consumo. |

Fuente: Elaboración propia.

Hagamos diez de veinte, que discutan y decidan”.²⁹ Asimismo, Celeste, otra participante activa, explicaba que para la toma de decisiones elegían practicar una dinámica grupal horizontal porque: “Cuando tenés representantes, construí otro poder, ya en el grupo se generan jerarquías y reproducís el poder que no está bueno”.³⁰ En su explicación, el poder equivale a una autoridad jerárquica con capacidad de dominación (desigual), por ello defendía la configuración horizontal (que se puede observar en el cuadro N° 1).

En la Red Enjambre, a fin de evitar la “reproducción” de un órgano directivo, se tomaban decisiones vinculantes exclusivamente en asambleas. No obstante, los miembros más activos en su participación se lamentaban por las dificultades periódicas para mantener un nivel de intercambio y representativo en las asambleas y en las actividades operativas. Si bien reconocían que algunos grupos y emprendedores contaban con limitaciones para participar periódicamente por la distancia geográfica con el centro de la Ciudad de Buenos Aires, las medidas tomadas no alcanzaban para compensar las desigualdades de recursos e integrar a todos de forma equitativa. Por ejemplo, vía correo electrónico, en

²⁹ Julia, entrevista (2015).

³⁰ Celeste, entrevista (2014).

general, solamente se aceptaban propuestas respecto de la rotación en las tareas operativas y, algunas veces, realizaron los plenarios anuales en la sede de productivos ubicados la provincia de Buenos Aires.

Observamos que, a pesar del uso de las nuevas tecnologías de información (como el correo electrónico, las redes sociales en internet y, durante el último año, un grupo de WhatsApp), las prácticas de discusión democrática en organizaciones autogestionadas pueden excluir a quienes residen más alejados del lugar "sede" de las reuniones y disponen de menores recursos (como un medio de transporte propio, el acceso a internet vía computadora o un teléfono celular). La mayoría de los productores más participativos en las asambleas y que contribuían regularmente en el armado y envío de los pedidos residía en la Ciudad de Buenos Aires. Para quienes habitaban en la provincia de Buenos Aires, el traslado y el transporte de productos conllevaba mayor tiempo y costos, lo cual volvía más abrumador el asumir el compromiso de una participación periódica. Véase en el cuadro N° 2 una síntesis de las representaciones sociales que constituyen el núcleo de cohesión de la red y enmarcan las acciones aceptadas y delimitan lo legítimo.

La concepción sobre el consumidor escogido e ideal de la red implicaba un actor crítico, con consciencia de que el consumo es una elección racional y consciente. Como acción social era comprendida también como una acción política y cultural que se diferenciaba de la práctica hegemónica, e implicaba por ello otras tareas que en el consumo en supermercados no son exigidas. Elevar un pedido a la red implicaba varias acciones como llenar una planilla en un procesador de cálculos en la computadora, entre una semana y diez días antes de la entrega, combinar un horario de entrega con antelación, hacer el pago exacto en efectivo,

esperarlo dentro de un rango de dos a tres horas y subirlo uno mismo (sin bolsas que provea la red), además de que algunos productos estaban sujetos a la disponibilidad del stock en el último momento. Todas esas circunstancias eran distintas a comprar o realizar un pedido a un supermercado o un almacén y a veces los consumidores no estaban dispuestos a atravesarlas y se generaban tensiones y hasta enfrentamientos con los participantes de la red:

La gente no se compromete. Piensan que es como comprar en Coto que te lo lleva a tu casa. Esto no es un supermercado. La gente no valora todo el trabajo que hay detrás. Si esta mujer [una consumidora] se enoja y no entiende, que no compre más. Nosotros siempre tenemos otras formas también de entrada o intercambio, yo vendo en el Ministerio de Industria, tengo otros, si querés llamarlos clientes. No es solo la red mi fuente.³¹

Esta tensión entre las representaciones sobre los roles y su acontecer empírico atravesaba tanto las relaciones con los consumidores como entre productores. Los dos roles de posiciones complementarias que conforman la idea de la red presentaban disfunciones. Es decir, la mayoría de los consumidores y los productores no se comportaban de acuerdo con el ideal de los miembros activos, quienes sostenían las acciones operativas de la red. En los diez años de su historia, las personas se aproximaron a la red para participar en formas distintas: consumir, colaborar en tareas, acompañar en las ferias y ofrecer sus productos. Entre la minoría de consumidores más leales, quienes practicaban un consumo regular desde hacía al menos siete años, se encontraban la madre de una ex militante y consumidora activa (ex miembro de uno de los grupos universitarios), una pareja de vecinos y algunos productores. A través de estos años, distintos

³¹ Celeste, entrevista (2015).

consumidores y productores que se acercaron interesados en el ideal de construir “otra economía” hallaron diferencias respecto de qué era la ESyS y cuáles eran los mejores medios para fortalecer y asegurar su sostenibilidad:

Hay como un grupo de la economía solidaria que tiene como una versión tergiversada de la definición de la economía. (...) Pero lo que es claro es que Enjambre no es una forma de organizar la sociedad porque ninguna de las cosas que genera tiene como consecuencia (...) nuevas dinámicas de organización. No es como las experiencias de la economía solidaria en Brasil, que vos podés estar más de acuerdo o menos de acuerdo, pero la verdad es que generan grandes redes de consumo, grandes redes de producción. (...) Compará a todas, a cualquiera de esas, que seguramente tienen un montón de defectos y un montón de problemáticas. Las comparás con Enjambre y hay algo ahí que no anda porque Enjambre funciona en sí porque no funciona. O sea, su funcionamiento parte de la base de no funcionar. Ahora lo que sí es cierto es lo que te decía el otro día, les llegan los productos a las personas, pero ¿en qué economía cabe que la distribución de un producto se haga de onda? Ahora, ¿la Red Enjambre dónde funciona? Funciona en que siempre hay alguien pidiéndole un favor a alguien una vez por mes para que los productos lleguen.³²

Lo que sí te digo es que al cuarto o quinto mes que la Asamblea no funcionaba, no había sustentabilidad, no había desarrollo económico y no había factores de poder para discutir y para definir. En el momento en donde es más importante fumar antes que sentarse y decir “bueno ¿para qué estamos haciendo esto?”³³

³² Testimonio de un ex consumidor participante. Damián, entrevista (2014).

³³ Testimonio de un ex consumidor participante. Miguel, entrevista (2014).

Los testimonios de Damián y de Miguel reflejan la frustración de algunos consumidores y (autoidentificados) militantes de la ESyS que ingresaron a la red en búsqueda de un proyecto con impacto económico, político y social a mayor escala. La dinámica horizontal y participativa que planteaba la red si bien permitía a todos –ingresantes y miembros con experiencia– expresarse y plantear propuestas, también reproducía una visión sobre la autonomía y la organización a una escala micro, a fin de garantizar el “encuentro entre productores y consumidores”:

En realidad, la idea es que esté conformada por productores que tengan otra concepción de la producción, de lo que es el trabajo y la cuestión vincular de lo que es entre productor y consumidor. Que no sea solo una transacción comercial por decirlo de alguna manera. Y que no tenga que ver con una cuestión de explotación.³⁴

Los movimientos sociales fundadores de la red abandonaron su participación entre el 2007 y 2014 por diversos motivos, tanto propios de sus organizaciones (debido a nuevos proyectos que requerían mayor dedicación, la distancia geográfica y costos de transporte, por el cambio de rubro o por problemas de sostenibilidad de sus emprendimientos productivos) como por diferencias con la dinámica colectiva y su posición política. Expresa Leonardo, ex miembro productor:

Leonardo: –En realidad dejamos de participar como organización, porque decidimos no poner más el esfuerzo en esa propuesta. Y, además, como era un espacio político empezamos a tener diferencias políticas con los grupos que estaban ahí.

Investigador: –¿Diferencias políticas por qué? ¿Cuáles eran las posiciones que había ahí?

³⁴ Celeste, entrevista (2014).

L: –No, por ahí unos eran más antigobierno si querés, o antisistema, anticapitalistas, más antitodo. Nosotros es ahí donde empezamos a tomar otras definiciones diferentes. (...) Pero bueno, sí, por ahí no compartir tanto la cuestión más de ellos de la autonomía y la horizontalidad a ultranza y las discusiones permanentes.³⁵

Uno de estos grupos fundadores, el Movimiento Justicia Social,* tal como narra el testimonio de su referente Leonardo, adoptó como estrategia política la adhesión al partido Frente para la Victoria, en 2007, y prefería una mecánica de organización estructurada bajo una jerarquía con representantes, división del trabajo y encargados por proyectos. La pertenencia a la red del Movimiento Justicia Social duró menos de un año, mientras que el segundo movimiento social, el Frente del Pueblo,* estuvo presente hasta 2014 a través de un solo emprendimiento colectivo de alimentos. Estos dos movimientos sociales contaban con una experiencia y un aprendizaje consolidados a partir de la organización popular cuyos orígenes provenían de organizaciones de trabajadores desocupados de fines de la década del 90 y de nuevas organizaciones multisectoriales a partir de la crisis económica local de 2001. Sus dinámicas de organización distaban de la práctica sustentada en la autonomía y la voluntad individuales que terminó imponiéndose en la red por sobre compromisos basados en obligaciones mutuas. En el espacio apartidario de la red, los miembros de movimientos sociales cofundadores, entre otros participantes, se toparon con rispideces al momento de expresar sus posiciones a favor de alianzas políticas como vía para el desarrollo socioeconómico. Para algunos ex participantes que habían integrado agrupaciones universitarias, la autonomía política era ejercida de una manera que aisla-

ba a Enjambre de otras experiencias populares y afectaba su sostenibilidad. Es el caso de Pablo, ex miembro productor, trabajador de Luciérnagas:

El trabajo del productor individual se adapta a los tiempos del productor solo, a las dinámicas, a sus necesidades. Está buenísimo como trabajo independiente, pero le falta lo colectivo. Más allá del discurso, les falta la dinámica cotidiana de visualizar las tareas (...) En Luciérnagas,³⁶ no hablamos de economía social, no hablamos de autogestión, sino que hablamos de economía popular y solidaria. Y también desde esa visión de preguntarnos en qué realidad vivimos, cómo nos visualizamos, a dónde queremos ir, es que definimos entrar a la CTEP. Y no me imagino a Enjambre entrando en la CTEP.³⁷ Ahí en el discurso, Enjambre es mucho más prefigurativo y ese discurso no ayudaba a ser autocrítico con prácticas que se alejaban de ese discurso. Hay mucho ensalzamiento o fetichismo de la figura del productor.³⁸

La exaltación de la figura de los productores y la relevancia de la autonomía y la libertad individual ante el colectivo fueron señalados como principios que limitaron la posibilidad de inclusión de otros actores en la red y se constituyeron en razones de desafección. El sistema de gobierno directo propuesto rechazaba las figuras de autoridad formal y el establecimiento de mecanismos de control. No se instauraron obligaciones contractuales para los productores que la integraban, ni se estableció un reglamento interno que definiera la rotación en las tareas, las contribuciones y los beneficios de los miembros y las sanciones ante incumplimientos a las normas.

³⁵ Leonardo, entrevista (2014).

³⁶ Cooperativa de trabajo dedicada a la distribución y comercialización de productos de la ESyS.

³⁷ Confederación de Trabajadores de la Economía Popular (CTEP).

³⁸ Pablo, entrevista (2015).

Los productores participantes eran quienes aceptaban la dinámica de rotación en las tareas operativas y, aunque terminaban cumpliendo repetitivamente roles claves por ausencia de otros voluntarios, reforzaban la premisa de la autonomía y el compromiso voluntario. Su respuesta frente a la escasa participación era reforzar el discurso ante los productores ausentes y los nuevos ingresantes. La recurrente preocupación de los participantes sobre la forma tenue de comprometerse de otros productores solía ser discutida en los encuentros en las ferias, asambleas y en las jornadas de entregas de pedidos, como puede observarse en el siguiente ejemplo:

Valentina: –Y a los de Cocineritos* ¿qué onda? Vinieron 3 horas tarde al plenario, hace seis o siete asambleas que no vienen, no vienen a los armados, vienen y dejan las hamburguesas cuando no estamos, o sea, ni nos vemos las caras. No sé cómo decirles.

Pedro: –Esperemos que sea un encuentro. Yo no los conozco a los de Cocineritos.*

Celeste: –Quizás hay que preguntarles cómo quieren participar ellos. Ya Aimé les estuvo hablando... Hay que volverles a hablar.³⁹

La escasa rotación en las tareas operativas producía un desgaste frecuente en los participantes activos que esperaban, optimistas, ser reemplazados por otros miembros. Esta circunstancia se ha estado reproduciendo desde los inicios de la red: quienes disponían de tiempo y recursos (como un vehículo, computadora y acceso a internet, entre otros) se comprometían con tareas operativas de las cuales luego no lograban eximirse. De esta manera, si bien los miembros activos percibían un desgaste por su dedicación, reconocían que la experiencia en las tareas era necesaria para poder intervenir en algunas

La escasa rotación en las tareas operativas producía un desgaste frecuente en los participantes activos que esperaban, optimistas, ser reemplazados por otros miembros. Esta circunstancia se ha estado reproduciendo desde los inicios de la red: quienes disponían de tiempo y recursos (como un vehículo, computadora y acceso a internet, entre otros) se comprometían con tareas operativas de las cuales luego no lograban eximirse.

reuniones, por ejemplo, en lo concerniente a la coadministración del edificio donde funcionaba la red:

En las asambleas del [Centro Cultural El] Pasaje,* siempre somos Luis y yo. Cuando está en Capital se queda Aimé, pero si no, no viene especialmente [desde el interior de la provincia]. Tendríamos que rotar, igual está bueno que esté alguien que ya viene porque hay algunos manejos que hay que conocer para hablar.⁴⁰

Celeste, al mismo tiempo de actuar como representante (aunque no haya habido una designación oficial) en las reuniones de la sede de la red cumplía el rol de tesorera. Ella esperaba que ese rol no se volviera su exclusivo dominio ni responsabilidad, el cual le presentaba complicaciones extras cuando sus compañeros no le informaban ni registraban en las planillas los gastos, las entradas de dinero y la salida de productos:

³⁹ Asamblea mensual, junio (2015).

³⁹ Celeste, entrevista (2015).

Hay que anotar. Pero no es que yo soy la tesorera o que tengo que anotar todo, “tenemos” y no es que me das la plata... anotá o hace las cuentas, no todo yo. Vos hacé las cuentas, decime cuánto es y yo te pago, no es mi responsabilidad si falta o sobra plata, es de todos.⁴¹

La dinámica de organización se asentaba y dependía de la candidatura libre y voluntaria para hacerse responsable de una tarea o actividad (sea por única vez o durante un período). La norma de la distribución de la organización del trabajo en base a los intereses personales y la disponibilidad de tiempo y otros recursos que se han mencionado repercutía en la escasa rotación en algunas tareas estructurales. Particularmente las tareas de contabilidad y el stock se volvían arduas y solían recaer sobre uno o dos participantes que a veces no lograban ejecutarlas adecuadamente. Esta situación se constataba reiterativa y, a la vez, como una restricción a un funcionamiento más equitativo en cuanto a la distribución de cargas de trabajo.

Esta situación provocaba que la minoría de los miembros, cuyo compromiso con las tareas era regular, se sintieran aislados y sufrirían sobrecarga de trabajo. Su participación, a través de la contribución al realizar dichas tareas, manifestaba su adhesión al proyecto político-social que representa la red. Esta era reforzada a través del lazo con los otros compañeros que participaban activamente. De esta manera, conformaban un grupo de pertenencia cuyo sentimiento comunitario se convirtió en una de las razones para continuar participando (ver en cuadro N° 3 las razones de participación).

Es que nos queremos, hay mucho amor, con algunos tenemos más lazos, pero hay buena onda con todos. No es que nadie va a andar

pensando mal del otro, especulando con que “este en realidad...”. Por eso está bueno decir desde dónde uno puede aportar, en qué puede estar y si le pasan cosas que hacen que no pueda estar. Y algunos quizás [lo] sabíamos, pero no podíamos decirlo.⁴²

El testimonio de Celeste ilustra las representaciones sociales que compartían los miembros más activos y su cohesión emocional en tanto grupo comunitario.⁴³ Los participantes más entusiastas expresaban un compromiso con la organización (al adherir a sus principios y contribuir con trabajo) y con los miembros del grupo de pertenencia que formaron entre sí. Este compromiso era expresado, por ejemplo, a través de sentimientos de amor y simpatía hacia sus compañeros, al forjar relaciones de amistad entre algunos y evitar suscitar desconfianza o recelos.

La candidatura espontánea para asumir algunas tareas que eran consideradas tediosas y extenuantes a nivel físico (como las entregas) era exigua y, mayormente, quienes las habían asumido en algún momento esperaban en los nuevos ingresantes encontrar reemplazantes. Por ello, desde 2015, ante el acercamiento de productores interesados en ofrecer sus productos se les prevenía que debían colaborar regularmente en alguna tarea: “A Nina ya le explicamos que necesitábamos productores que pongan el cuerpo”.⁴⁴ A la vez, esa situación reproducía una dinámica que obstaculizaba, a quienes no asistían regularmente a las reuniones y actividades, el tomar consciencia de la dimensión de las tareas que los otros garantizaban. Estos productores suponían que quienes asumieron el compromiso con determinadas tareas operativas las emprendían “de onda”, “porque les gusta” o debido a que les resultaban fáciles

⁴² Ídem.

⁴³ Nisbet (1996).

⁴⁴ Valentina, Asamblea agosto (2015).

⁴¹ Ídem.

Cuadro 3. Representaciones en torno a la participación

| | Articulación con estrategia operativa y tareas | Vínculo con proyecto político |
|---------------------------------|--|--|
| Razones de participación | Sentimiento comunitario | Adhesión al proyecto político |
| Razones de escasa participación | Lejanía geográfica y ocupación laboral | Preferencia por otros proyectos políticos o económicos |
| Razones de desafección | Insatisfacción con estrategia comercial | Diferencias con el proyecto político |

Fuente: Elaboración propia.

y que no les representaban “una carga”. Estos miembros mantenían una participación esporádica no por desacuerdo con los principios, sino debido a su menor disponibilidad de tiempo por residir lejos o asumir otras ocupaciones laborales o proyectos políticos (ver en cuadro N° 3 las razones de escasa participación). Bajo estas creencias y prácticas, se solidificaron como responsabilidades personales las tareas operativas tediosas. La mayoría de estas nunca fueron evaluadas según su contribución en términos de rendimiento económico a la sostenibilidad de la red dado que en la lógica de sus principios no entraba el cálculo de su impacto. Por ende, los intentos de retribuirlos con dinero o bonos de productos implicaron sistemas confusos y de difícil aplicación. A partir de 2015, se decidió, por medio de la Asamblea, que se programaría la rotación mensual entre todos los productivos del Área Metropolitana Buenos Aires para realizar las entregas de los pedidos. Si bien el resto de las tareas seguían contando con escasos voluntarios, el ingreso de tres productivos nuevos entre 2015 y 2016 dinamizó, por un corto período, al grupo de participantes activos y aligeró el peso de algunas actividades.

El análisis del caso expone y fundamenta que la regulación de la distribución de las tareas y funciones se sucedía principalmente a través de la socialización grupal y no se fundamentaba en los saberes y las competencias adquiridas (ver en el cuadro N° 3 las razones de participación). Las asambleas mensuales y las reuniones de trabajo eran los espacios que funcionaban como mecanismos de ordenamiento de comportamientos y dirección de expectativas grupales más que como los componentes de un modo de gobernanza formal.⁴⁵ Es decir, eran parte de la cultura organizacional de la red con fuerte dependencia de los lazos grupales informales para asegurar su sostenibilidad.

REFLEXIONES FINALES

El caso de la Red Enjambre nos ha permitido reconocer cómo el compromiso en los proyectos colectivos tiene un nivel de adhesión subjetivo-personal a sus principios e ideales que se complementa con el consenso y el entramado de lazos grupales. Debido a que los miembros más activos en su contribución

⁴⁵ Enjolras (2009), Starquit (2011).

compartían el objetivo de que la red continuara siendo una propuesta basada en la participación voluntaria, *ad honorem* y bajo una lógica de horizontalidad, buscaron incorporar nuevas personas interesadas que demostraran una actitud participativa y que estuvieran dispuestas a asumir roles y ejecutar tareas regulares. Por el contrario, los miembros que deseaban construir proyectos políticos y económicos con estrategias para alcanzar mayor escala se enfrentaron a un orden establecido bajo valores que reproducían la escala pequeña e impedían realizar planificaciones a largo plazo y alianzas con un fin comercial. De esta manera, en la red se privilegió la búsqueda de un perfil de voluntariado militante tanto en los consumidores como en los productores. El interés de los miembros preferiblemente debía estar en el compromiso con los objetivos y en la asunción de las tareas operativas y no en el rédito económico. Los valores que pro-

baron ser pilares de la red han sido la fuente de la motivación de las personas que se han comprometido con su gestión, pero no han sido suficientes para asegurar una acción colectiva constante y previsible. Entonces, a pesar de que los valores que orientaban la acción en la red eran defendidos por sus miembros más comprometidos, por sí solos no bastaban para sostener una participación activa. La generación de lazos intragrupal y de amistad entre los productores autogestionados da cuenta de la relevancia del tomar parte como registro de la práctica de participación. La participación en una organización de la ESyS autogestionada por productores y consumidores requiere, por sobre la retribución o el beneficio individual conforme a su contribución, de la posibilidad de que el tomar parte se desenvuelva en comunión con sus ideas políticas y a través de una acción colectiva con lazos comunitarios.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernoux, P., Motte, D., & Saglio, J. *Trois ateliers d'O.S.* Paris: Editions Economie et Humanisme, 1973.
- Blanchet, V. y Carimentrand, A. *Dictionnaire du commerce équitable.* Versailles: Quae, 2012.
- Burawoy, M. *Manufacturing consent.* Chicago: University of Chicago Press, 1979.
- Cefaï, D. "Politique de l'association: engagement public et économie solidaire", en: *SociologieS.* Toulouse, octubre, 2011. Disponible en: <https://sociologies.revues.org/3590>, última fecha de acceso: 21/02/2016.
- Cortiñas, V., Kornitz, S., Matos, R., Pérez Penas, A. y Sage, F. "Red Metalúrgica Cooperativa. Aportes para pensar el trabajo en red", en: *Revista Idelcoop.* N° 219. Buenos Aires, 2016, pp. 141-152.
- Denzin, N.K. y Lincoln, Y.S. *The SAGE handbook of qualitative research.* Thousand Oaks: Sage Publications, 2005.
- Durkheim, E. *Las reglas del método sociológico.* Buenos Aires: Gorla, 2003.
- Enjolras, B. "Approche théorique de la gouvernance des organisation non lucratives", en: *Revue internationale de l'économie sociale: Recma.* N° 314. Paris, 2009, pp. 63-83.
- Fajn, G. (comp.). *Fábricas y empresas recuperadas: protesta social, autogestión y rupturas en la subjetividad.* Buenos Aires: Centro Cultural de la Cooperación, 2003.

Fallacara, M. "Ferias autogestivas. Experiencias de mercados e intercambios alternativos en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires", en: *Revista del CCC Primera Época*. Vol. 6, Nº 18. Buenos Aires, 2013. Disponible en: <http://www.centrocultural.coop/revista/18/ferias-autogestivas-experiencias-de-mercados-e-intercambios-alternativos-en-la-ciudad>, última fecha de acceso: 27/01/2017.

Fernández Álvarez, M.I. *De la supervivencia a la dignidad: una etnografía de los procesos de "recuperación" de fábricas en la Ciudad de Buenos Aires*. Tesis de doctorado. Buenos Aires: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2006. Disponible en: <http://repositorio.filo.uba.ar/handle/filodigital/1280>, última fecha de acceso: 23/11/2017.

Forni, Floreal H. y Barreiro, Lucrecia. *Caminos solidarios de la economía argentina: redes innovadoras para la integración*. Buenos Aires: Ciccus, 2004.

García Guerrero, L. "Espacios de articulación. Redes autogestivas e intercambios alternativos en la ciudad de Buenos Aires", en: *Revista Otra Economía*. Vol. IV, Nº 6. Río Grande del Sur, 1º semestre, 2010.

Gendron, C., Bisailon, V. y Torres, A.P. *Quel commerce équitable pour demain?: pour une nouvelle gouvernance des échanges*. Vol. 175. Quebec: ECLM y Editions Ecosocietes, 2009.

Giraud, C. *Qu'est-ce que l'engagement?* París: L'Harmattan, 2011.

Hinestroza, Merlín Patricia Grueso. "Efectividad en redes interorganizacionales: un estudio exploratorio", en: *Suma de Negocios*. Vol. 6, Nº 13. Bogotá, 2015, pp. 2-7.

Hinkelammert, F.J. y Jiménez, H.M. *Economía, sociedad y vida humana: preludeo a una segunda crítica de la economía política*. Los Polvorines: Universidad Nacional de General Sarmiento, 2009.

Hughes, E.C. *Men and their work*. Nueva York: Glencoe Free Press, 1958.

Jodelet, D. "Aportes del enfoque de las representaciones sociales al campo de la educación", en: *Espacios en Blanco Serie indagaciones*. Nº 21. Tandil, 2011, pp. 133-154.

Maxwell, J.A. *Qualitative research design: an interactive approach*. Thousand Oaks: Sage Publications, 1996.

Moscovici, S. (coord.). *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Cognición y desarrollo humano. David Rosenbaum (trad.). Barcelona: Paidós, 1986.

Nisbet, R. *La formación del pensamiento sociológico*. Vols. 1 y 2. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.

Pereira, K., Muñoz, D. y Fernández Vilchez, I. "Redes productivas solidarias: la cooperativa red gráfica como estrategia de inserción 'en' y disputa 'del' mercado", en: *Revista Estudios Cooperativos*. Nº 14.1. Montevideo, 2009, pp. 12-24.

Programa Facultad Abierta. "Informe del relevamiento entre empresas recuperadas por los trabajadores". Buenos Aires: Secretaría de Extensión Universitaria, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, 2003. Disponible en: <http://www.recuperadasdoc.com.ar/Informes%20relevamientos/Informe%20Primer%20relevamiento%202003.pdf>, última fecha de acceso: 13/12/2016.

Provan, K.G., Fish, A. y Sydow, J. "Interorganizational networks at the network level: a review of the empirical literature on whole networks", en: *Journal of Management*. Nº 33. Thousand Oaks, 2007, pp. 3.479-3.516.

- Rebón, J. y Saavedra, I. *Empresas recuperadas. La autogestión de los trabajadores*. Buenos Aires: Capital Intelectual, 2006.
- Rot, G. *Sociologie de l'atelier - Renault, le travail ouvrier et le sociologue*. Toulouse: Octares, 2006.
- Rothschild, J. y Whitt, J.A. *The cooperative workplace. Potentials and dilemmas of organisational democracy and participation*. Cambridge, Inglaterra: Cambridge University Press, 1989.
- Roy, D. *Un sociologue à l'usine*. Paris: La Découverte, 2006.
- Starquit, O. *De quoi la gouvernance est-elle le nom?* Bruselas: Barricade, 2011. Disponible en: http://liege.mpoc.be/doc/democratie/Starquit-Olivier_Gouvernance_2011.pdf, última fecha de acceso: 15/02/2017.
- Weil, S. *La condition ouvrière*. Paris: Gallimard, 1951.
- Wyczykier, G. *De la dependencia a la autogestión laboral: sobre la reconstrucción de experiencias colectivas de trabajo en la Argentina contemporánea*. Tesis de doctorado. Buenos Aires: FLACSO, 2007. Disponible en: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/1058>, última fecha de acceso: 14/02/2017.
- Yin, R. *Investigación sobre estudios de caso: diseño y métodos*. Vol. 5. Londres: Sage Publications, 2009.
- Zask, J. *Participer essai sur les formes démocratiques de la participation*. Latresne: le Bord de l'eau, 2011.
- Zerdani, T. y Bouchard, Marie J. "Réseau de la finance solidaire et responsable au Québec. Co-construction d'un champ institutionnel dans l'écosystème d'économie sociale et solidaire", en: *Revue Interventions économiques. Papers in Political Economy*. N° 54. Québec, 2016.

Entrevistas

- Celeste. Productora autogestionada y asociada a una cooperativa de trabajo. Entrevistas realizadas los días 20 de septiembre de 2014 y el 13 de mayo de 2015 en la Ciudad de Buenos Aires. Entrevistador: Cynthia Srnec.
- Damián. Asociado a una cooperativa de trabajo y una cooperativa de consumo. Entrevista realizada el 11 de septiembre de 2014 en la Ciudad de Buenos Aires. Entrevistador: Cynthia Srnec.
- Julia. Productora autogestionada. Entrevista realizada el 26 de septiembre de 2015 en la Ciudad de Buenos Aires. Entrevistador: Cynthia Srnec.
- Leonardo. Asociado a una cooperativa de trabajo. Entrevista realizada el 21 de agosto de 2014 en la Ciudad de Buenos Aires. Entrevistador: Cynthia Srnec.
- Miguel. Asociado a una cooperativa de trabajo y una cooperativa de consumo. Entrevista realizada el 11 de septiembre de 2014 en la Ciudad de Buenos Aires. Entrevistador: Cynthia Srnec.
- Pablo. Asociado a una cooperativa de trabajo, ex emprendedor autogestionado. Entrevista realizada el 3 de octubre de 2015 en la provincia de Buenos Aires. Entrevistador: Cynthia Srnec.

ANEXO METODOLÓGICO

Cuadro 1. Metodología. Tipo de material de análisis recogido y construido

| Tipo de material | Red Enjambre |
|---|---|
| Documental: fuentes escritas. | Documentos de difusión pública, correos electrónicos de coordinación de los miembros participantes, minutas internas de reuniones. |
| Entrevistas: registro con notas de entrevistas y/o grabación de audio. | Entrevistas semiestructuradas individuales y grupales a un total de 17 personas, entre ellas fundadores, participantes actuales y ex participantes no fundadores. |
| Observación participante: registro con notas de campo, notas de voz, fotografías y grabaciones. | Observación y participación en sede durante el trabajo, en reuniones y asambleas, en ferias de comercialización. 5 meses intensivos en 2015, visitas extras en 2014, 2016 y 2017. |